بسام عبد الرحمن المشاقبة

نظريات الاتصال



دار أسامة

نظريات الاتصال

****



تاليف

بسام عبد الرحمن المشاقبة

دار أسامة للنشر والتوزيع
الأردن - عمان

الفهرس

الفصل الأول

الناشر

دار أسامة للنشر و التوزيع

الأردن – عمان

- هاتف: ٥٦٥٨٢٥٢ – ٥٦٥٨٢٥٣
- فاكس: ٥٦٥٨٢٥٤
- العنوان: العبدلي- مقابل البنك العربي

ص. ب: ١٤١٧٨١

Email: darosama@orange.jo

www.darosama.net

الطبعة الأولى

٢٠١١م

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية

(٢٠١٠/٥/١٨٠٤)

٣٠٢,٢٣ المشاقبة، بسام عبد الرحمن

نظريات الاتصال/بسام عبد الرحمن المشاقبة .- عمان: دار

أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٠.

( ) ص.

ر.أ: (٢٠١٠/٥/١٨٠٤).

الواصفات: الاتصال //الاتصال الجماهيري/

ISBN: 978-9957-22-376-2

الفهرس

الفصل الأول

الفصل الثاني

الفصل الثالث

الفصل الرابع

الفصل الخامس

مقدمة الكتاب

تعتبر نظريات الاتصال من أكثر المواضيع أهمية وشمولية وتعقيداً في مجال البحث الإعلامي والاتصالي، خاصة وأن وسائل الاتصال والإعلام أصبحت تستخدم في كافة مجالات الحياة لخدمة القضايا الإنسانية من منطلق أن دراسة صنع القرار من أهم مجالات الدراسات والأبحاث. حيث أن دراسة نظريات الاتصال تؤسس وتؤصل علم الاتصال وتثبت منهجيته البحثية والنظرية وكلما تقدمنا نحو الأمام في كشف معالم علم الاتصال كلما أسسنا وشرعنا أركان وفلسفة هذا العلم الذي كان قبل ذلك تابعاً وخاضعاً لعلم السياسية.

ومن هذا المنطلق جاء كتاب نظريات الاتصال ليساهم في تعضيد فلسفة هذا العلم الذي أخذ ينمو ويكبر وينافس باقي العلوم الاجتماعية والنفسية خاصة وأن دراسة علم الاتصال تفتح الآفاق نحو دراسة الإنسان وما يتعرض له من مؤثرات تؤثر عليه وتتحكم في تصرفاته خاصة وأن الإنسان في عصر تكنولوجيا المعلومات يعيش في محيط مليء بالمعلومات تزاحمه من كل الجهات ولذلك علينا أن نتعمق كثيراً في دراسة هذا العلم الحديث وأن نسبر أغوار العملية الاتصالية بكل أركانها وعناصرها حتى نتمكن في النهاية من استخدام هذا العلم لصالح الإنسان والإنسانية جميعاً.

ومن خلال هذا الكتاب توصلت إلى أنه لا توجد نظرية واحدة للاتصال بل نظريات متشعبة بسبب تشعب وتداخل العلوم الإنسانية والطبيعية والاجتماعية مع علم الاتصال. المهم أنني حاولت أن أغطي أكبر ما يمكن تغطيته عن مفهوم الاتصال وفلسفته وأهميته وأنماطه وأساليبه ومستوياته

ونظرياته وسأترك للقارئ أن يحكم إن كنت غطيت البحث في كافة جوانبه العلمية والبحثية، وهذا هو الكتاب الثاني من كتب سلسلة الأبحاث الاتصالية والإعلامية التي أقدمها للمكتبة العربية

المؤلف

تمهيد

نتيجة لطغيان ظاهرة المعلومات والتي داهمت الإنسان في كل مكان، ومن كل الاتجاهات حتى أصبحت تحيط بنا كالهواء والماء. ومن هنا ازدادت أهمية الاتصال في عصرنا الحديث فقد أصبحنا لا نستغني عن المعلومات التي تحيط بنا من كل الجوانب كإحاطة البحار بالأسماك. ومن هنا فإذا كان السمك لا يستطيع أن يعيش بدون المحيط المائي فإن حاجة الإنسان للاتصال والمعلومات أصبحت ضرورية وماسة جداً كحاجته للهواء والطعام، وبذلك أصبح الاتصال ضرورة إنسانية بحتة وحقيقة ماثلة في حياتنا المعاصرة من منطلق أن البشر يتصلون مع بعضهم البعض صباحاً ومساء. وخاصة بعد التطورات المذهلة في تكنولوجيا الاتصال. ولذلك استثمرت أغلبية الحكومات والدول سواء أكانت ديمقراطية أو سلطوية أهمية الإقناع لإخضاع الجماهير وكسب تأييدها، ومن هنا فقد عملت الدول المختلفة على استخدام الاتصال بشكل هادف لكسب رضا وتأييد ومساندة الرأي العام حتى لا تستخدم الاعتقال والقهر والعنف لتنفيذ السياسات المختلفة.

وبذلك ومن هنا فإن الحاجة للاتصال ازدادت في عصرنا الحاضر إلى المزيد من المعلومات، وإلى معرفة، وإلى معرفة أساليب التأثير على الصورة الذهنية التي يكونها الناس عن واقعهم وحياتهم. وكما أشرنا سابقاً فإن المعلومات تحيط بنا من كل حدب وصوب، ومما لا شك فيه فإن ظاهرة الاتصال أصبحت من الظواهر التي تحتاج إلى الدراسة والتشخيص والتعمق والتحليل.

نشأة مصطلح الاتصال

أصبح علم الاتصال من العلوم التي تلعب دوراً كبيراً في حياة الأفراد والجماعات والدول بل أصبح الاتصال له حضور مميز في جميع المجالات الاقتصادية والسياسية والثقافية والاجتماعية والعسكرية والتربوية والبرلمانية ...، ومن هنا فإن ظاهرة الاتصال هي من الظواهر البشرية التي أثارت اهتمام الجميع، وإن هذه الكلمة السحرية تعني أشياء كثيرة للمجتمعات الإنسانية، ومن خلال الإطلاع على تعاريف مصطلح الاتصال نجد أن هذا المصطلح لم يتفق عليه علماء الاتصال بوضع تعريف محدد وتعريف جامع، والسبب في ذلك أن مصطلح الاتصال بطبيعته مصطلح غامض، فالمعنى يصبح واضحاً حينما نستخدمه بشكل تقليدي ضيق، ومع ذلك فإن هذا المصطلح يمتاز بالغموض حينما نسعى لتحديد المجالات الواسعة التي يستخدم بها، ولكي نوضح ذلك نقول: إنه إذا تحدث فرد مع آخر وأدى ذلك الحديث إلى تفاهم متبادل جرى الاتصال أي أصبح الهدف متحققاً، ولكن حينما يتعرض الاتصال إلى عملية تشويش يفشل الاتصال، وبذلك تصبح عملية الاتصال غير مفهومة ويدخل الاتصال في حالة غموض.

شهدت العقود الخمسة الماضية من القرن الماضي جدلاً واسع النطاق حول أهمية بحوث الاتصال وامتدّ هذا الجدل ليشمل كافة الأعمال والوسائل والأساليب الإعلامية والاتصالية محلياً ودولياً وما يمكن أن تؤديه الأبحاث الاتصالية من دور تمهيد في ترشيد السياسات الاتصالية التي تنطوي عليها هذه

الوظائف والوسائل والأساليب، وتطوير طرائق وأساليب الممارسات الاتصالية المختلفة، وتطوير طرائق وأساليب الممارسات الإعلامية المختلفة، هذا الجدل الذي جرى تمخض عنه اكتشاف العديد من التغيرات الناظمة لبحوث الاتصال من حيث أهميتها وأهدافها ومجالاتها ودورها الوطني والإقليمي والدولي[1].

ومن خلال استعراض المتغيرات تبين للباحثين أن هناك مؤشرات حيوية تؤثر في بحوث الاتصال والإعلام معاً نجملها فيما يلي[2]:

أولاً- الغموض المنهجي والنظري لبحوث الاتصال:

إن سبب الغموض يعود إلى إشكالية العلاقة والدور ما بين مصطلحي الإعلام والاتصال بعبارة أخرى وضوح التمييز ما بين المصطلحين أي أن هنالك خلطاً ما بين وظيفة الاتصال والإعلام في حد ذاتها وبين الدور الذي يمكن أن تؤديه بحوث الاتصال والإعلام في إطار الوظائف الإعلامية أو الاتصالية، وهكذا انسحبت كافة المشكلات العلمية في مجالات الإعلام والاتصال المختلفة بالمفهوم الواضح المتفق عليه للبحث العلمي في كافة المجالات العلمية والمنهجية للاتصال والإعلام على بحوث الاتصال في الوقت الذي لا تمهد فيه بحوث الإعلام والاتصال أن تكون تطبيقاً للطريقة العلمية في مجالات الإعلام المختلفة بالمفهوم العلمي في كافة المجالات من حيث سعيه وراء معرفة الأفكار والأعمال والنظريات السائدة وتنسيقه للوقائع والمعلومات والبيانات في مجموعة تسهم في إمكانية استخلاص قوانينها ونتائج عامة عنها.

---

1 - مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، بسام مشاقبة، دار أسامة للنشر والتوزيع ٢٠٠٩، ص١١.

2 - مرجع سابق، ص ٩- ١١

ثانياً- النمو غير المتوازن ما بين الاتصال كمصطلح وأبحاث الاتصال،

إن التطور الذي شهده علم الاتصال خلال القرن الماضي والاعتراف المتزايد بدوره وباستخداماته في مجال التنمية لم يواكبه تقدم ملموس في بحوث الاتصال خاصة من حيث النوعية، وهكذا وقعت الممارسة الاتصالية خاصة في الدول النامية في الخطأ القادم والذي سبقتها إليه العديد من الممارسات المختلفة، والذي تمثل في عدم الاستخدام الأمثل للبحوث قبل بدايات المشروعات المختلفة في دراسات الجدوى[1].

ثالثاً- حتمية بحوث الاتصال والاحتياجات المتزايدة لها،

مما لاشك فيه أن حقل الاتصال ليس هو الحقل الوحيد الذي يعاني من القصور العلمي وعدم تقدير أهمية البحوث والإفادة منها في تطوير طرائق وأساليب الممارسة حيث تدل العديد من المشاهدات والملاحظات أن عملية البحث العلمي في المجالات والنشاطات المختلفة تواجه العديد من الصعوبات والاختناقات، ومع ذلك فإن بحوث الاتصال بصفة خاصة تؤدي دوراً رئيسياً في كافة الجوانب الخاصة، وبدون استخدام هذه البحوث من البداية والاعتماد عليها بصفة مستمرة لا يمكن أن تقوم بعدد كبير من الوظائف، ومما يزيد من أهمية هذا الدور وجود مجموعة من العوامل المرتبطة بالنشاط الاتصالي والمؤثرة.

والتي أكدت مدى الحاجة المتزايدة إلى استخدام البحوث ومن أهم هذه العوامل ما يلي:

١. جمع البيانات والمعلومات عن المشكلات البيئية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية السائدة ومدى مساهمة الاتصال والإعلام في مواجهتها.

---

١ - لمزيد من الإطلاع انظر المرجع السابق، ص ٩- ١٠

٢. الحاجة المستمرة إلى توفير البيانات والمعلومات المستمدة عن الرأي العام والاتجاهات والمعتقدات والآراء ووجهات النظر المختلفة، ودرجات المعرفة والوعي والإدراك ومراكز الاهتمام والانطباعات لدى الجماهير المختلفة داخلياً وخارجياً.

ومن خلال العرض السابق فإن علم الاتصال بدأ يتشكل منذ منتصف العقد السابع من القرن الماضي وبالذات في سنة ١٩٧٤م لكن الأبحاث والنظريات الاتصالية انطلقت منذ أواخر الثلاثينات من القرن الماضي، ومن هنا فقد اجتمع باحثون ومدرسون جامعيون من اجل استحداث اختصاص علمي جديد هو علم "الاتصال والإعلام"، انطلاقاً من نموذج[1] القانون التاسيسي الحديث في حينه وعلم التوجيه الآلي المعروف ولكن بنتيجة غياب القاعدة الفكرية المشتركة وتعدد النظريات، أصبح هذا العلم الجديد علماً مشتركاً الاختصاصات يستدعي التفاعل والتبادل بين الباحثين في حقول عديدة.

ومن هذا المنطلق وكما تقول الباحثة الإعلامية والأكاديمية في الجامعة اللبنانية فإن المقاربة الأولى لهذا العلم على أساس الاتصال – إرسال - ، ثم حوربت هذه ممن قبل مجموعة من الباحثين الأمريكيين الذين اقترحوا نموذج الاتصال – مشاركة- ، المرتكز على نموذج الجوقة، لم يكن هذا النموذج بنظر الباحثين شاملاً واعتبروه بمثابة علم نفس اجتماعي جديد، فاستبدلته مدرسة فرانكفورت الجديدة بنموذج الاتصال سياقاً[2].

---

1 - ثورة الصورة المشهد الإعلامي وفضاء الواقع، مجموعة من الباحثين، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٨، ص ٧٦

2 - مرجع سابق، ص ٧٦، ولمزيد من الاطلاع على مدارس الاتصال والإعلام انظر كتابنا مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، الصادر عن دار أسامة ٢٠٠٩

هذا وقد حددت نجاح الخطاب وفعالياته على النحو التالي: (الوضوح، الصدق، الصحة، الحقيقة، الارتكاز إلى نظرية "هابرماس الكونية")[1]

كما أنه إلى جانب هذه المقاربات الثلاث هناك عدة محاولات لباحثين من مجالات علمية مجاورة يبني احدها العلوم بناء على النموذج الاقتصادي الكلاسيكي أي الإنتاج والتوزيع والاستهلاك، هذا وقد اعتبر هذا التيار أن العولمة هي السبيل للتخلص من المفاهيم الاتصالية التناسبية الذي يحصره التواصل في علاقة ثنائية مرسل ومتلقي، وباختصار وكما يقول برنار مياج: " أن علوم الاتصال ظهرت لأن مجتمع الاتصال يحتاج إلى علم يدرس عمليات الاتصال الناجمة عن أعمال منظمة هادفة مرتكزة إلى التقنيات، ومشاركة في أشكال التواصل الاجتماعية والثقافية"[2].

مرحلة ما قبل تعريف علم الاتصال

إن علم الاتصال الذي تعود في فرنسا تسميته إلى سنة ١٩٧٥م، هو بعيد عن أن يشكل نهجاً متماسكاً وموحداً فإن استخدام الجمع "علوم" لا يفي بالغرض والمعلى وهنا دخل الباحثون في إشكالية تعريف الاتصال والإعلام، وهاتان العبارتان أو أن هذين المصطلحين يدلان على عدم دقة هذا القطاع حيث يعمل متخصصون في مجالات مختلفة ومتبادلة ومتباعدة سواء على مستوى العلوم الإنسانية كالقانون والسياسة والاقتصاد والتاريخ واللغويات أو في مجال علوم الألسنيات كعلم النفس والاجتماع.

1 - مرجع سابق، ص ٧٦.

2 - مرجع سابق، ص ٧٦.

والسؤال الذي يطرح نفسه ما سر هذه الإشكالية؟

إن الاختلافات في النهج والأسلوب واللغة تزيد الأمر تعقيداً وتحبط منذ البداية أي محاولات توفيقية فعلوم الاتصال والإعلام تقف على مفترق طرق وعدة تأثيرات ولا يمكن أن تشكل علماً مستقلاً كالعلوم الطبيعية كالرياضيات فهي في طريق التشكل وتقف ما بين البحث النظري والتطبيق العملي بدون أن يكون معترفاً بها إلى الآن وبالفعل[1] إن حداثة وهشاشة هذا العلم المشترك لا تسهلان بالطبع ظهور مفاهيم ونماذج نظرية مقبولة من الجميع تسمح للباحثين بأن يتبنوا مجموعة من النظريات التي تساعد في إغناء المعارف وفهم الآليات التي تتحكم بالاتصال والإعلام في مجتمعاتنا ثم ما يزيد المشكلة تعقيداً هو أننا غارقون في مجتمع عالمي يزداد فيه دور وسائل الاتصال والإعلام في حياتنا اليومية وأصبح من الضرورة بمكان أكثر أخذ البعد الضروري لدراسة آلياتها وتأثيراتها بموضوعية من منطلق أننا شركاء شئنا أم أبينا وشاهدون على التقدم السريع للاتصال خلال السنين الأخيرة لكننا ندرك كباحثين في هذا الحقل أنه بات من الضروري قبل كل شيء تحديد المصطلحات والاتفاق على معنى المفردات التي نستخدمها أو على الأقل اقتراح تعريفات للحيلولة قدر الإمكان دون الوقوع في المنطقة الرمادية من منطلق أنه ما وراء المصطلحات والنماذج المستخدمة من قبل الاختصاصيين في الحقول المختلفة التي تدخل في علوم الاتصال والإعلام تاريخ طويل إذ هي حصيلة لحركات اجتماعية معقدة وتنوع حسب العصور.

بعد هذا العرض المتقدم عن إشكالية تعريف مصطلح الاتصال والإعلام فإننا سنخوض مباشرة إلى أبرز التعاريف عن الاتصال ثم نعود مباشرة إلى معرفة

---

1 - ثورة الصورة، د. مي العبد الله، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠٠٨، ص٧٧.

أسباب هذه الإشكالية في التعريف، كما سنحاول في الصفحات القادمة أن نضطلع على ابرز النماذج والنظريات ومع ذلك فقد أجمع علماء الاتصال بان النظريات والأبحاث الاتصالية انحصرت في ثلاثة اتجاهات يمكن إجمالها فيما يلي[1]:

الاتجاه الأول: يقف ما بين العلوم العصبية والمعرفية ويعالج الاتصال في علاقته مع الدماغ بما يلي: (الإدراك، الحركة، تفكيك الصورة واللغة).

الاتجاه الثاني: يقف بين العلوم الصرفية والعلوم الطبيعية ويرتكز إلى مشاكل الاتصال بين الإنسان والآلات.

الاتجاه الثالث: يرتكز إلى علوم الإنسان والمجتمع، ويدرس الاتصال بين الأفراد والجماعات، وكذلك تأثير تقنيات الاتصال في مسار المجتمع.

من جهة أخرى وفي ذات السياق فإن ابرز الاختصاصات المستخدمة في علوم الاتصال هي الفلسفة والاقتصاد والحقوق والسياسة والتاريخ والجغرافيا وعلم النفس، وعلم النفس الألسني، وعلم الإنسان، وعلم الرياضيات، وعلم الكيمياء... ومن هنا فإن علوم الاتصال لطبيعتها تدخل في شراكة مع كل الاختصاصات التي ذكرناها.

ماذا نعني بالاتصال

خلال هذه الصفحات سنتناول أبرز التعريفات التي تناولت هذا المصطلح حيث حاولت أن أضع أبرز التعريفات عن علم الاتصال سواء التعاريف المعاصرة أو الكلاسيكية.

---

1 - مرجع سابق، ص ٧٨، وانظر كذلك كتابنا مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب

الاتصال في اللغة العربية:

ففي الحقل اللغوي العربي وجدت أن كلمة اتصال مشتقة من كلمة التواصل "واصل" على وزن فاعل وكلمة تواصل جاءت على صيغة تفاعل، ومصدرها وصال مواصلة، وتشير كلمة تواصل إلى حدود المشاركة في الفعل ما بين الطرفين ويكون نقيض تواصل في تهاجر وتنافر وتقاطع[1].

الاتصال: جاء من الفعل الثلاثي للاتصال وهو "وصل" وجاءت على شكل وصلت أي بمعنى الشيء من باب وعد وصلة أيضاً. ووصل إليه وصولاً أي بلغ ووصل بمعنى اتصل أي دعا دعوة الجاهلية. قال الله تعالى: ﴿إِلَّا الَّذِينَ يَصِلُونَ إِلَىٰ قَوْمٍ﴾ (سورة النساء، الآية ٩٠)، أي يتصلون، والوصل ضد الهجران، والوصل أيضاً وصل الثوب والخف، وبينهما وصلة أي اتصال وذريعة، وكل شيء اتصل بشيء والجمع وصل وأوصال والوصيلة هي التي كانت في الجاهلية وهي الشاة التي تلد سبعة أبطن عناقين عناقين، فإن ولدت بالثامنة جدياً يذبحوه لآلهتهم، وإن ولدت جدياً وعناقاً قالوا وصلت أخاها فلا يذبحون أخاها من أجلها ولا تشرب لبنها النساء، وكان للرجال، وجرت مجرى السائبة، وفي الحديث الشريف: "لعن الله الواصلة والمستوصلة"، فالواصلة التي تصل الشعر والمستوصلة التي يتصل بها ذلك، وتوصل إليه أي تلطف ضد التصادم، وصلة توصيلاً إذ أكثر من الوصل[2] وبهذا

---

1 - سيكولوجيا الاتصال والعلاقات الإنسانية، ندوة نظمتها دار النهار، بيروت للنشر والتوزيع سنة ١٩٧٩م، ص ١٠.

2 - معجم مختار الصحاح، الشيخ محمد عبد القادر الرازي، دققه عصام فارس الحساني، الطبعة العاشرة، دار عمار ١٩٩٦م، ص ٢٥٢.

نتوصل إلى أن معنى الاتصال باللغة العربية هو الإبلاغ والإخبار والربط وإقامة الصلة والتتابع والاستمرار أي التواصل.

الاتصال في اللغات الأوروبية:

تقع في أغلب الأحيان التباسات كثيرة بسبب الترجمة أي أن الكلمة الواحدة ممكن أن يكون لها عدة معانٍ ومدلولات فالبعض يستعمل كلمة اتصال ترجمة لكلمة (Communication)، والبعض يستعمل كلمة اتصال يعني تواصل وهؤلاء ينتمون إلى المدرسة الحديثة ترجمة لكلمة (Communication)، فهؤلاء يبررون هذا المعنى بأنه أكثر حيوية وأكثر تفاعلاً والمعنى هذا أي التواصل يشير إلى استمرارية عملية الاتصال وهو المقصود فعلاً في العلاقة بين ما نسميه المعلم بالضم والمعلم بالفتح على وجه التحديد أي ما يتم من علاقة بين المرسل والمستقبل على وجه التحديد للمضمون الإعلامي[1]

كلمة اتصال (Communication) مشتقة في لفظها الإنجليزي من الأصل اللاتيني (Communis) أي (Common) ومعناها مشترك أو عام فعندما نقوم بعملية الاتصال فنحن نحاول أن نقيم رسالة مشتركة (Commonness) مع شخص أو جماعة أخرى أي أننا نحاول ان نشترك سوياً في المعلومات والأفكار و المواقف[2].

الاتصال: عملية انتقال الأنباء والمعلومات والآراء والأفكار داخل مجتمع ما، وهذا المعنى باعتباره تعريفاً لغوياً مشتقاً من التواصل بمعنى المشاركة، وهو المعنى الذي تفسره الكلمة اللاتينية وهي تعني مشترك أو اشتراك ومنها اشتقت الكلمة الإنجليزية (Communication) ويقصد بها (Information) اي الأخبار او الإعلام

---

1 - مقدمة في علم الاتصال، د. نبيل عارف الجردي، مكتبة الإمارات، ١٩٨١م، ص١٥

2 - الاتصال بالجماهير، د.أحمد بدر، المطبوعات الكويت، ص٥٥

اي المنتج الإعلامي أو مخرجات وسائل الاتصال بما تحتويه من أنباء ومعلومات وآراء وافكار[1].

الاتصال: كلمة لاتينية جاءت من (Communis) ومعناها (Common) أي مشترك أو عام وبالتالي فنن الاتصال كعملية يتضمن المشاركة أو التفاهم حول شيء ما، أو فكرة أو إحساس او اتجاه او سلوك او فعل ما[2].

تعود كلمة الاتصال إلى (Communication) في اللغات الأوروبية، والتي اقتبست وترجمت إلى اللغات الأوروبية الأخرى وشاعت في العالم إلى جذور الكلمة اللاتينية (Communis) التي تعني الشيء المشترك ومن هذه الكلمة اشتقت كلمة (Commune) التي كانت تعني في القرنين العاشر والحادي عشر الجماعة المدنية بعد انتزاع الحق في الإدارة الذاتية للجماعات في كل من فرنسا وإيطاليا قبل أن تكتسب الكلمة المعنى السياسي والأيدولوجي فيما عرف بكرونة باريس في القرن الثامن عشر ، أما الفعل اللاتيني لجذر كلمة (Commuicare) فمعناه يذيع أو يشيع، ومن هذا المعنى اشتق من اللاتينية والفرنسية نعت (Communique) الذي يعني بلاغاً رسمياً أو بياناً أو توضيحاً حكومياً، ويمكن وصف الاتصال بأنه سر استمرار الحياة على الأرض وتطورها، بل إن بعض الباحثين يرى أن الاتصال هو الحياة نفسها، وعلى الرغم من أن الجنس البشري لا يتفرد بهذه الظاهرة حيث توجد أنواع عديدة من الاتصال بين الكائنات الحية، بيد أن الاتصال بين البشر شهد تنوعاً في أساليبه وتطوراً مذهلاً في المراحل التاريخية المتأخرة[3].

الاتصال عملية مشاركة (Participation) بين المرسل والمستقبل وليس عملية نقل (Transmission) إذ أن النقل يعني الانتهاء عند المنبع او المشاركة فتعني

1 - الإعلام والسلطة، فاروق ابو زيد، دار عالم الكتب، ص٢١.

2 - نظريات الإعلام، د. حسن مكاوي، الدار العربية ٢٠٠٩م، ص١٥.

3 - كتاب الكتروني على الشبكة العنكبوتية حول نظريات الاتصال بدون مؤلف

الازدواج أو التوحد في الوجود وهذا هو الأقرب إلى العملية الاتصالية، ولذا فإنه يمكن الاتفاق على أن الاتصال هو عملية مشاركة في الأفكار والمعلومات عن طريق عمليات إرسال وبث للمعنى وتوجيه وتسيير له، ثم استقبال بكفاءة معينة لخلق استجابة معينة في وسط اجتماعي معين[1].

واعتبر "هاتترنيز": أن الفروق ما بين اتصل وتواصل حيث اتصل تعني وصل شيء بشيء أي احتك بشيء أو بآخر (Tobeconnected) بينما معنى تواصل العلاقة المتبادلة ما بين طرفين (To inter connected) في الاتصال أي هناك رغبة من أحد الطرفين باتجاه الأخر، وهذا يستجيب ويتفاعل مع تلك الرغبة أو أنه قد يرفض وينغلق أما في التواصل فإن التفاعل أو الرغبة تحدث في المشاركة، تحدث في كلا الطرفين[2].

وحيث عرفه كارل هوفلاند بأنه العملية التي يقدم خلالها القائم بالاتصال منبهات عادة تأتي على شكل رموز لغوية لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين مستقبلي الرسالة[3].

وحسب تعريف تشارلس موريس فقد رأى أن مصطلح الاتصال حين نستخدمه بشكل واسع النطاق فإننا نتناول الأفراد في أمر معين[4].

أما جورج لندبرج فعرف مصطلح الاتصال بأنه يستخدم ليشير إلى التفاعل بواسطة العلامات والرموز وتكون الرموز على شكل حركات وصور أو رموز أو لغة أو شيء آخر تعمل كمنبه سلوك أي أن الاتصال هو نوع من التفاعل الذي يحدث بواسطة الرموز[5].

---

1 - مرجع سابق

2 - تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، د. مجد الهاشمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ص٨.

3 - نظريات الإعلام، د. حسن مكاوي ص١٥.

4 - مرجع سابق، ص١٥.

5 - الأسس العلمية لنظريات الإعلام، د جيهان رشتي، ص٥٠ - ٥١.

أم جيهان رشتي فرأت أن الاتصال هو العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل الرسالة سواء أكانت كائنات حية أو الآلات في مضامين اجتماعية معينة. وفيها يتم نقل أفكار ومعلومات منبهات بين الأفراد عن قضية أو معنى أو واقع معين فالاتصال يقوم على مشاركة المعلومات والصور الذهنية والآراء[1].

بمعنى أن الاتصال نشاط يستهدف تحقيق العمومية والانتشار لفكرة أو موضوع أو قضية عن طريق انتقال المعلومات والأفكار أو الآراء أو الاتجاهات من شخص إلى جماعة إلى أشخاص أو جماعات باستخدام رموز ذات معنى واحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى الطرفين.

من خلال ما سبق ذكره تبين لنا أن هناك إشكالية في تعريف الاتصال ولذلك لا يوجد تعريف محكم ودقيق للاتصال ولكنها كلها تصب في بحيرة واحدة وهي نقل الأفكار والمعلومات والاتجاهات بين الأفراد والجماعات وفي صيغ الجمع تشير إلى الوسائل التي تحمل مضمون الاتصال[2].

من جهة أخرى اعتبرت الخبيرة الإعلامية د. جيهان رشتي أن هذه التعريفات المتنوعة للاتصال تساعدنا على تحديد أنواع معينة من التفاعل واعتبارها اتصالاً، واستبعاد أنواع أخرى وعدم اعتبارها اتصالاً وكذلك تشعرنا هذه التعريفات بمدى تنوع واتساع التفاعلات التي يمكن أن نعتبرها من الناحية التقليدية اتصالاً بحيث تدخل فيها استجابات الحيوانات على التغيرات التي تطرأ على الظروف المحيطة بل وتكييف النباتات لمواجهة التغيرات المادية التي تطرأ على الواقع المحيط بها واستجابات الآلات الحديثة وتفاعلها[3] بالإضافة إلى ذلك لاحظنا أن هذه التعريفات

---

1 - مرجع سابق، ص٥٢.

2 - نظريات الإعلام، د.حسن مكاوي، ص١٧.

3 - مرجع سابق، ص٥٢

تركز على درجة الاستجابة فهي تهتم بمنبهات المرسل واستجابة المستقبل كما أنها تشير بالدرجة الأولى إلى أن الاتصال ينقل منبهات ذات أهداف معتبرة وهي الأساس في عملية الاتصال وكل اتصال لا يحقق أهداف فقد مشروعيته.

بعد هذا العرض فإنني أنحاز إلى تعريفين للاتصال الأول وما قاله كولن جيري في كتابة الاتصال الإنساني حيث اعتبر أن الاتصال هو العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلق ومرسل ورسالة (كائنات حية، بشر، حيوانات، الات) في مضامين اجتماعية معينة وبمعنى مجرد أو واقع معين فنحن حين نتصل نحاول أن نشرك الآخرين ونشترك معهم في المعلومات والأفكار، فالاتصال يقوم على المشاركة بالمعلومات والصور الذهنية والآراء[1].

إن هذا التعريف أشار إلى أن المعلومات ليست الأخبار أو الحقائق فقط بل أي مضمون يعمل على التقليل من عدم اليقين أو عدم البدائل المحتملة في أي من الظروف وبهذا المعنى تدخل العواطف والحقائق والآراء والتوجيه والإقناع تحت اصطلاح الاتصال وليس من الضروري قصر الاتصال على استخدام الرموز بل من الممكن أن يتم الاتصال عن طريق استخدام المعالي الكاملة أو اللغة الصامتة التي تنقل معلومات أساسية[2].

أما التعريف باللغة العربية الذي انحزت إليه فهو التعريف الذي تبناه الخبير والأكاديمي المصري د.محمد عبد الحميد وهو من أحدث التعاريف الحديثة عن الاتصال وهو العملية الاجتماعية التي يتم بمقتضاها تبادل

1 - مرجع سابق، ص٥٢.

2 - اللغة الصامتة، إدوارد هال، ص٥٠-٦.

المعلومات والآراء والأفكار في رموز دالة بين الأفراد أو الجماعات داخل المجتمع وبين الثقافات المختلفة لتحديد أهداف معينة"[1].

إن هذا التعريف للاتصال يهدف إلى محاولة التوفيق ما بين الاتجاهات المختلفة للعلوم في النظر إلى عملية الاتصال من خلال منظورها الخاص حيث يؤكد هذا التعريف على مفهوم عملية الاتصال، وهذا يعني التغيير والاطراد والتطور في حركة العناصر في علاقاتها ببعضها البعض وحرية عمليات الاتصال في علاقاتها بالسياق الذي تعمل فيه والعمليات الأخرى المصاحبة التي تؤثر فيها وتتأثر بها"[2].

لماذا التنوع في مفهوم الاتصال؟

خلال التعريفات السابقة للاتصال لاحظنا عدم اتفاق معظم الباحثين على تعريف موحد للاتصال والسؤال الذي يطرح نفسه لماذا تعددت هذه التعاريف عن مفاهيم الاتصال؟

إن تعدد تعريفات الاتصال مكمنه بسبب تعدد العلوم الإنسانية وهذا التعدد لا يشير إلى خلل في التعريف بقدر ما يشير إلى ثراء في المعنى وتأكيد اهميته، ولم يعد تعريف الاتصال على أنه نشاط إنساني لأن النشاط يمكن أن يتوقف بتحقيق الهدف بينما الاتصال الإنساني يتسم بالاستمرارية الذي يرتبط باستمرار الحاجات الإنسانية وتجددها من جهة فقد اعتبر الباحثون أن تعدد المدارس العلمية والفكرية للباحثين وتعدد الزوايا والجوانب التي يأخذها هؤلاء

---

1 - المجلة الإعلامية، عدد ٨٧ تاريخ ١٩٩٧ عرض لكتاب نظريات الإعلام والاتجاهات والتأثير د. محمد عبد الحميد عرض د. فرج الكساوي ص ٢٠١

2 - مرجع سابق. ص٢٠٢

الباحثون بالاعتبار، وعند النظر إلى هذه العملية فعلى المستوى البحثي يمكننا القول بوجود مدخلين لتعريف الاتصال[1]:

المدخل الأول: ينظر إلى الاتصال على أنه عملية يقوم بها طرف مرسل بإرسال رسالة إلى طرف مقابل مستقبل، بما يؤدي إلى أحداث أثر معين في متلقي الرسالة.

المدخل الثاني: يرى أن الاتصال يقوم على تبادل المعاني الموجودة في الرسائل، والتي من خلالها يتفاعل الأفراد من ذوي الثقافات المختلفة، وذلك من أجل إتاحة الفرصة لتوصيل المعنى، وفهم الرسالة.

إن المدخل الأول يهدف إلى تعريف المراحل التي يمر بها الاتصال ويدرس كل مرحلة على حدة، وهدفها وتأثيرها على عملية الاتصال ككل، بينما المدخل الثاني فهو تعريف بنائي أو تركيبي حيث يركز على العناصر الرئيسية المكونة للمعنى، والتي تنقسم بدورها إلى ثلاث مجموعات رئيسية هي:

١. قارئ الموضوع والخبرة الثقافية والاجتماعية التي كونته والإشارات والرموز التي يستخدمها.

٢. الموضوع وإشاراته ورموزه.

٣. الوعي بوجود واقع خارجي يرجع إليه الموضوع.

وعلى ضوء المدخل الأول عرف بعض الباحثين الاتصال بالنظر إليه كعملية يتم من خلالها نقل معلومات أو أفكار معينة بشكل تفاعل من المرسل إلى المستقبل بشكل هادف ومن أبرز نماذج هذه التعريفات:

١. الاتصال بأنه العملية التي يتم من خلالها نقل رسائل معينة أو مجموعة من الرسائل من مرسل إلى مصدر معين إلى مستقبل.

---

1 - عرض لكتاب الإعلام ونظرياته على الشبكة العنكبوتية بدون مؤلف

٢. الاتصال الجماهيري، وهو ذلك النمط من الاتصال الذي يتم بين أكثر من شخصين لاتمام العملية الاتصالية والتي غالباً ما تقوم بها المؤسسات أو الهيئات عن طريق رسائل جماهيرية.

٣. الاتصال هو نقل أو انتقال المعلومات والأفكار والاتجاهات والعواطف من شخص أو جماعة لأخر أو لأخرين من خلال رموز معينة.

٤. الاتصال عملية تحدد الوسائل والهدف الذي يتصل أو يرتبط بالآخرين ويكون من الضروري اعتباره تطبيقاً لثلاثة عناصر وهي العملية والوسيلة والهدف.

٥. الاتصال: عملية تفاعل بين طرفين من خلال رسالة معينة أو فكرة أو خبرة أو أي مضمون اتصالي آخر عبر قنوات اتصالية ينبغي أن تتناسب مع مضمون الرسالة بصورة توضح تفاعلاً مشتركاً فيما بينها.

ومن جهة أخرى وفي ضوء المدخل الثاني ينظر إلى الاتصال على أنه عملية تبادل معاني وعلى أنه عملية تتم من خلال الاتكاء على وسيط لغوي حيث أن كلاً من المرسل والمستقبل يشتركان في إطار دلالي واحد بحيث ينظر إلى الاتصال هنا على أنه عملية تفاعل رمزي ومن نماذج هذه التعاريف ما يلي:

١. الاتصال تفاعل بالرموز اللفظية بين طرفين أحدهما مرسل يبدأ الحوار وما لم يكمل المستقبل الحوار لا يتحقق الاتصال ويقتصر الأمر على توجيه الآراء والمعلومات من جانب واحد فقط دون معرفة نوع الاستجابة أو التأثير الذي حدث عند المستقبل.

٢. الاتصال عملية يتم من خلالها تحقيق معاني مشتركة متطابقة بين الشخص الذي يقوم بالمبادرة بإصدار رسالة من جانب والشخص الذي يستقبلها من جانب آخر.

هذا وقد يكون التعريف التالي هو الأقرب لوجهة النظر المتعددة سابقاً وهو أن الاتصال بكل بساطة عملية يتم بمقتضاها تفاعل ما بين مرسل ومستقبل ورسالة في مضامين اجتماعية معينة وخلال عملية التفاعل يتم نقل افكار ومعلومات ومنبهات بين الأفراد عن قضية أو معنى مجرد أو واقع معين، والاتصال كذلك هو عملية مشاركة بين المرسل والمستقبل وليس عملية نقل إذ أن النقل يعني الانتهاء عند النبع، أما المشاركة فتعني الازدواج أو التوحد في الوجود وهذا هو أقرب إلى العملية الاتصالية وبذلك وعلى ضوء ما سبق يمكننا ان نعتبر ان الاتصال هو عملية مشاركة في الأفكار والمعلومات عن طريق عمليات إرسال وبث للمعنى وتوجيه وتسيير له ثم استقبال بكفاءة معينة لخلق استجابة معينة في وسط اجتماعي معين[1].

أهمية الاتصال وتطوره

منذ بدء الخليقة مرت البشرية بمراحل تطور بالغة الضرورة والأهمية فقد تطورت وسائل الاتصال ولغته من حين إلى آخر فبدأ الاتصال من لغة الرموز والإشارات إلى عصر اللغة المنطوقة والمكتوبة إلى ان وصل إلى الكتابة قبل أن يكتشف الإنسان الطباعة ويدخل في مرحلة ما يسمى بعصر الاتصال الجماهيري بدءاً من الصحافة الورقية إلى وسائل الاتصال المسموعة والمرئية والتي اكتشفها الإنسان في بداية القرن الماضي ثم اكتشاف السينما وأجهزة الاتصالات تمهيداً إلى اخر ما توصل إليه الإنسان بالاتصال التفاعلي أي الاتصال الالكتروني، وعلى ضوء ذلك يمكننا تتبع تطور مرحلة الاتصال الإنساني عبر التاريخ حسب المراحل التالية[2]:

---

1 - مرجع سابق، الشبكة العنكبوتية نظريات الإعلام

2 - نظريات الاتصال، د. محمد منير حجاب، دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٠، ص ١٣- ٢٧

المرحلة الأولى- عصر الإشارات والعلامات:

فقد عرف الإنسان الاتصال المباشر من خلال الأصوات كالزمجرة والهمهمة والدمدمة والصراخ، إضافة إلى لغة الجسد وإيماءات الوجه وإشارات الأيدي و الأقدام إلى أن وصل إلى الاتصال المباشر والذي صنفه علماء الاتصال بأنه من أقدم مستويات الاتصال والأخير يعتمد على نقل الرسالة شخصياً بواسطة مندوبين لتوصيل مضمونها، وخلال هذه المرحلة تعرض الاتصال إلى عوامل أعاقت تطوره وخاصة العوامل الطبيعية إضافة إلى العوامل الزمكانية، أي أن الرسالة كانت عملية نقلها من شخص لآخر تواجه صعوبات إلا بوجود المرسل والمستقبل وجهاً لوجه، ولمواجهة هذا التحدي توصل الإنسان لنقل مضمون الرسالة باستخدام الدخان نهاراً والضوء عن طريق المشاعل ليلاً حيث تمكن الإنسان من تطوير وسائل الاتصال البدائي فلجأ إلى المرايا العاكسة في نقل الإشارات والرموز المختلفة.

المرحلة الثانية- مرحلة عصر الاتصال اللفظي:

وخلال هذه المرحلة انتقل الإنسان من طور العصر الحجري إلى عصر الإقامة والاستقرار في جماعات تزايدت أعدادها مع الأيام، وبدأت تخترع لنفسها لغة تخاطب منطوقة ثم انتقل الإنسان لممارسة حرفة الصيد والزراعة وتربية الحيوانات ثم بدأت الحضارات تتشكل حول الأنهار والبحار، وبذلك تحسن الاتصال بين البشر مع ظهور اللغات واللهجات، وخلال تلك المرحلة استحدث الإنسان أول نشرة أخبار عرفها التاريخ عن طريق المناداة ثم توصل إلى ظاهرة نقل الأخبار مستخدماً أسلوب الرواية والشعر، هذا وقد توصل الإنسان إلى نقل الرسالة بواسطة البشر من شخص لآخر ومن مجتمع لآخر.

المرحلة الثالثة- مرحلة الكتابة:

حيث تمكن الإنسان من الجمع ما بين الرموز والرسومات التعبيرية للكتابة التصويرية وظهرت لأول مرة الكتابة المنطوقة، وأضيف إليها الرموز والرسوم التعبيرية وعلامات ورموز لها دلالاتها الصوتية لتظهر بذلك أول أنواع الأبجديات ومنها المسمارية أو السومرية والهيروغليفية، وقد قسم المؤرخون الكتابة إلى مرحلتين:

١. الكتابة على أساس النطق.

٢. الكتابة الألف بائية.

وخلال المرحلة الأولى بزغ فجر جديد من الاتصال الوجاهي بين البشر حيث بدأ استخدام المراسلين والمدائين والراجلين على ظهور الخيول والحيوانات لنقل الرسائل عن طريق الحمام الزاجل.

المرحلة الرابعة:

وهذه أول ثورة من ثورات الاتصال والتي جاءت بعد الثورة الصناعية وقد أبرزت الانجازات التي حققها الإنسان في حقل الاتصال، فقد عرف الصينيون الطباعة أو النسخ بالألواح الخشبية المحفورة قبل الميلاد بحوالي ١٦٠٠ سنة، وقد انتقلت هذه الطريقة إلى أوروبا في القرن الرابع عشر بواسطة الملاحين الهولنديين إلى أن تمكن جوتنبرغ من اكتشاف الأحرف المعدنية في القرن الخامس عشر، وعلى ضوء ذلك تطور الفكر الاتصالي حيث انتشرت الكتب والصحافة الورقية.

المرحلة الخامسة- عصر الاتصال الجماهيري:

حيث بدأ هذا العصر في مطلع القرن التاسع عشر من خلال التقدم الهائل في حقل الصحافة ثم جاءت مرحلة الأقمار الصناعية والتقنية والإذاعات وأجهزة

التلفزيون بكل مراحله وتطوره والتي جاءت بعد اكتشاف الكهرباء. كما وتم اختراع الهاتف والبرق وتطورت وسائل الاتصال الجماهيرية إلى أن وصلت إلى الفاكس والتلفون النقال والبث الفضائي والصحافة الإلكترونية .. الخ

المرحلة السادسة- مرحلة الاتصال التفاعلي:

خلال النصف الثاني من القرن الماضي حيث توصل الإنسان إلى اكتشاف الحاسوب الإلكتروني والرادار ... والحاسوب الرقمي والأقمار الصناعية المذهلة.

الاتصال الجماهيري

ماذا نعني بالاتصال الجماهيري؟

هو عملية تتسم باستخدام وسائل الاتصال الجماهيرية ويمتاز الاتصال الجماهيري في قدرته على توصيل الرسائل إلى جمهور عريض متباين الاتجاهات والمستويات والأفراد الغير معروفين للقائم بالاتصال حيث تصلهم الرسالة في نفس اللحظة وبسرعة فائقة مع مقدرة على خلق رأي عام، وعلى تنمية اتجاهات وأنماط من السلوك غير موجودة أصلاً، والقدرة على نقل الأفكار والمعارف والترفيه، وتشمل وسائل الاتصال الجماهيرية تلك الوسائل التي لها مقدرة على نقل الرسائل الجماهيرية من مرسل إلى عدد كبير من الناس وتتمثل مقدرتها الاتصالية باستخدام معدات ميكانيكية أو إلكترونية مثل الصحف والتلفزيون والهاتف النقال والأقمار الصناعية والإذاعة... وقد نشأت هذه الوسائل في ظل ظروف تاريخية واجتماعية وسياسية محلية وإقليمية ودولية[1].

---

[1] - نظريات الإعلام، د. حسن مكاوي، ص ٢١.

الاتصال الجماهيري، هو اتصال علني ومنظم يوجه عبر وسائل الاتصال الجماهيرية إلى جمهور عريض[1].

أهمية الاتصال وتطوره

بدأت قصة الاتصال الجماهيري في مدينة مين (Mainz) الألمانية سنة ١٤٥٠م، وذلك عندما اندمجت ثلاث عوامل سياسية غيرت مجرى التاريخ في مجال الاتصال الجماهيري وهذه العوامل هي[2]:

١. المادة: الحبر والورق.

٢. المهارة: الطباعة وصف الأحرف.

٣. الفكرة: حروف الطباعة المتفرقة والمسبوكة من المعدن.

هذه قصة علاقة الإنسان مع الآلة أي أن الطباعة غيرت مجرى الإعلام والاتصال حيث كان للطباعة دوراً كبيراً في تغيير الاتصال ومفاهيمه وكان نقطة الانطلاق في ذلك الاتصال الجماهيري والتواصل الفكري[3].

الاتصال الجماهيري وخصائصه

إن وسائل الاتصال الجماهيري تؤثر في الأفراد والجماعات بصورة مباشرة أو غير مباشرة ويمكن إجمال أهم خصائص الاتصال الجماهيري[4]:

١. يعتمد الاتصال الجماهيري على التكنولوجيا ووسائط النقل سواء أكانت ميكانيكية أو إلكترونية كالصحف والمجلات والراديو

---

1 - الاتصال مفاهيمه ونظرياته، د. فضيل دليو، ص٢١

2 - مقدمة في علم الاتصال، د. نبيل الجردي، مكتبة الإمارات، ص٦٣

3 - مرجع سابق، ص٦٣

4 - نظريات الإعلام، د. حسن مكاوي، ص ٢٥- ٢٦

والتلفزيون أو توليفه من كل ذلك يهدف نشر الوسائل على نطاق وبسرعة كبيرة إلى الجماهير المتناثرة وبغير استخدام كل وسيلة من طبيعة الاتصال إلى حد ما.

٢. يعمل الاتصال الجماهيري على تقديم معاني مشتركة لملايين الناس الذين لا يعرفون بعضهم البعض معرفة شخصية فالمساحات الشاسعة والتمايز بين الجماهير يجعل الاتصال الجماهيري مختلفاً عن الأنواع الاتصالية الأخرى، فالمرسل والمستقبل لا يعرف كلاهما الآخر معرفة حقيقية.

٣. تتسم المصادر في الاتصال الجماهيري بكونها ناتجة عن منظمات رسمية مثل الشبكات والسلاسل، فالاتصال الجماهيري عبارة عن إنتاج جماعي عادة ما يتسم بالبيروقراطية التي تستهدف تحقيق الربح أو كسب الولاء مهما كانت الظروف.

٤. تتسم رسائل الاتصال الجماهيري بالعمومية حتى تكون مقبولة ومفهومة من الجماهير المتعددة.

٥. يتم التحكم في الاتصال الجماهيري خلال العديد من حراس البوابة الإعلامية ففي حين يتحكم شخص واحد في طبيعة الرسالة المنقولة في حالة الاتصال الوجاهي، إلا أنه في حالة الاتصال الجماهيري يوجد مجموعة من الأشخاص الذين يتحكمون في شكل ومحتوى الرسائل التي تنقلها وسائل الإعلام.

٦. يكون رجع الصدى متأخراً في الاتصال الجماهيري عن أنواع الاتصال الأخرى وسواء كان رجع الصدى ناقصاً أو بطيئاً فإنه يقلل من فرصة التعرف على جدوى الرسالة وتأثيرها بالنسبة للمرسل والمستقبل.

من ناحية أخرى فإن وسائل الاتصال الجماهيري تحتاج إلى توافر بعض الشروط اللازمة لنموها وازدهارها في أي مجتمع من المجتمعات وتنحصر هذه الشروط فيما يلي[1]:

١. وجود قاعدة اقتصادية مثبتة توفر التمويل اللازمة للحصول على تكنولوجيا الاتصال كالمطابع ومحطات الإذاعة والتلفزة ونظم الأقمار الصناعية، وكذلك توفر البنى الأساسية من شبكات الطرق والنقل والكهرباء مما يسهل عمليات النشر والبث للرسائل المطبوعة والمسموعة والمرئية.

٢. وجود قاعدة علمية وثقافية في المجتمع يكون بإمكانها إنتاج المعلومات وتوزيعها واستهلاكها ويدخل في هذا المجال زيادة التعليم بين أفراد المجتمع فالعلاقة بين المستوى العلمي والثقافي وزيادة التعليم تتناسب طردياً مع تقدم وسائل الإعلام ومع زيادة حجم استخدام الجمهور لها، فعلى سبيل المثال نجد أن توزيع الصحف والمجلات والكتب ينحصر بشدة في المجتمعات التي تسود فيها الأمية بينما يزداد التوزيع مع ازدياد نسبة التعليم.

٣. قدر معقول من الكثافة السكانية في المجتمع ذلك أن وسائل الاتصال ذات كلفة عالية وتشغيل هذه الوسائل بفعالية يحتاج إلى كثافة سكانية يمكنها أن تستهلك المنتج الإعلامي.

٤. وجود مناخ ملائم أي لابد من توفر حرية الرأي والتعبير وقبلها تجديد ثقافة حرية الرأي والتعبير لإظهار الرأي والرأي الآخر.

الاتصال الجماهيري: هو عملية بث رسائل واقعية كالمعلومات والأخبار التي تنشرها وسائل الإعلام عن الأحداث المختلفة أو بث رسائل خيالية كالقصص

1 - نظريات الإعلام، د. حسن مكاوي، ص ٢١- ٢٥ وانظر كذلك مهارات الاتصال، د. صالح أبو إصبع، ص ١٩- ٢٠

والروايات والأغاني على مجموعة كبيرة من الناس على اختلاف مستوياتها الاقتصادية والسياسية والثقافية والاجتماعية وعلى اختلاف تواجد هذه المجموعات[1].

ومن هنا فإن الاتصال الجماهيري يتميز ببث الكلمة أو الصورة من مصدرها أو مصادرها المحدودة جداً إلى أعداد كبيرة من الناس ويختلف الاتصال الجماهيري في خصائصه عن عملية الاتصال الشخصي وأهمها أن الاتصال الشخصي يمتاز بإمكانية تعديل الرسائل المنتجة أو المتبادلة على ضوء رجع الصدى (Feed back) من المستقبل للمرسل بينما تفتقد عملية الاتصال الجماهيري هذه الميزة الكبيرة، وأن النقد وتحليل رسائل القراء والمستمعين والمشاهدين وغير ذلك من الطرق التي تقترب من عملية رجع الصدى في الاتصال الشخصي[2].

بعد أن قدمنا عرضاً عن مفهوم الاتصال الجماهيري ماذا نعني بمصطلح الجماهيري؟

تقول الدكتورة جيهان رشتي الخبيرة في شؤون النظريات الاتصالية والإعلامية بلا منازع حيث إنها الأولى في منطقة الشرق الأوسط التي فتحت ملفات نظريات الاتصال والإعلام أن اصطلاح جمهرة أو حشد (Mass) يشير إلى مجموعة كبيرة من الناس تمثل طبقات اجتماعية مختلفة تتضمن هذه المجموعات أفراداً يختلفون من حيث مراكزهم ومهنهم وثقافتهم وثرواتهم، كل فرد من هؤلاء مجهول الهوية ولا يتفاعل مع الآخرين ولا يتبادل معهم الرأي والمشورة أو الخبرة، فأفراد الجمهرة منفصلين بعضهم عن بعض مادياً ولا تتاح لهم الفرصة أن يختلطوا أو يتقاربوا كما أنهم غير منتظمين أو قادرين على أن يعملوا كوحدة بشكل فعّال، وأفراد الجمهرة أو الحشد يواجهون عادة أموراً وقضايا مثيرة للاهتمام، ولكن يجدون صعوبة في فهمها ذلك لأنهم يواجهون هذه الأمور كذرات منفصلة وكيان غير

---

1 - الرأي العام المعاصر، البيبح وليم، ص٢٨.

2 - الاتصال بالجماهير، د احمد بدر، ص٥٧

متماسك لا تستطيع وحداته الاتصال ببعضها إلا بطرق محدودة فيضطرون أن يعملوا منفصلين كأفراد لهذا يحتمل أن يشعروا بعدم اليقين ويتخبطون في سلوكهم"[1].

بينما مصطلح الحشد تنقصه الصفات المميزة للجماعة الصغيرة، فليس للحشد تنظيم اجتماعي أو عادات أو تقاليد أو طقوس أو قواعد، وكذلك ليس للحشد مجموعة منظمة من المشاعر وليس له بناء للأدوار التي تحدد مكانه ممن يشغلون هذه الأدوار، كما أن ليس له قيادة فالحشد هو مجرد تجمع لأفراد منفصلين ومتباعدين ومجهولي الهوية لكنهم غير متآلفين من ناحية سلوكهم الجماهيري، وسلوك الحشد هو سلوك تلقائي وأصيل لا يقوم على أساس قواعد وتوقعات موضوعة، ومع ذلك نجد أنهم يستجيبون إلى الأمور التي تحظى بانتباههم على أساس الدوافع التي تثيرها تلك الأمور، ويعمل أولئك الأفراد على إشباع احتياجاتهم الخاصة كأفراد[2].

ولا شك أن كلمة اتصال جماهيري كلمة حديثة جداً وقد استحدثت بسبب التشابه بينها وبين اصطلاح أقدم منه وهو الإنتاج الجماهيري، وكلمة (Mass) مستمدة من الكلمة الإغريقية (Maza) . واصطلاح الجماهير تاريخه مقرون بالثورة الفرنسية وهو تعبير يوحي بالخوف والاحتقار وكما قال توماس كارليل (الجماهير هم أولاد الشيطان)، ونفس كلمة جماهير توحي بالاحتقار وأحاسيس الخوف من الغوغاء[3].

كما أن مصطلح الاتصال الجماهيري جاء من كلمة جماهيري وهو مصطلح حديث تم تسويقه ضمن المنتج الإعلامي وكلمة جماهير تشير إلى الكتل

---

1 - الإعلام والرأي العام، هدبرت بلمر وولبرشرام، ص٢٦٩- ٢٧٢، وانظر كذلك الأسس العلمية لنظريات الإعلام، جيهان رشتي، ص٥٦- ٥٧.

2 - مرجع سابق، ص٥٧- ٥٨.

3 - مرجع سابق، ص٥٧- ٥٩

البشرية الكبيرة التي تضم مجموعة متنوعة ليس لها بناء أو تكوين محدد ولا تتكون بحكم الوقت والمساحة أي أنها لا تجتمع على صعيد واحد في وقت واحد معين لأمر معين ويمتاز أفرادها بانعدام المعرفة[1].

بينما المجتمع الجماهيري فهو مصطلح يشير إلى نوعية العلاقة التي توحد بين عضو فردي معين والنظام الاجتماعي المحيط به، وموقف الفرد في المجتمع الجماهيري بأنه يعكس المزلة النفسية عن الآخرين كما أن تفاعلاته مع هؤلاء يتميز بأنها غير شخصية وبالتحرر النسبي من المتطلبات والالتزامات التي تتميز بها الروابط الاجتماعية الوثيقة، وفضلاً على ذلك فإن هذه هي النظرة إلى الطبيعة الاجتماعية للإنسان[2].

وأخيراً نقول إن الاتصال الجماهيري عمل منظم ومدروس يقوم على إرسال رسالة أو رسائل علنية مهمة صادرة عن مؤسسة اتصال جماهيري كالصحف والتلفزيون والإذاعة عبر وسيلة اتصال جماهيرية إلى جمهور كبير من الناس أو هو بث رسائل واقعية أو خيالية موحدة على أعداد كبيرة من الناس يختلفون فيما بينهم من النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية وينتشرون في مناطق متفرقة[3].

من جهة أخرى فهناك مصطلح التصق بمصطلح الاتصال الجماهيري وهو الاتصال السياسي فماذا نعني به؟

هو ذلك الجزء من النشاط الاتصالي الذي تقوم به الهيئات المتخصصة في بث المعلومات والأفكار عن الشؤون العامة الحكومية، وانطلاقاً من هذا التعريف فإن

---

1 - الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، د. إبراهيم أبو عرقوب، دار مجدلاوي للنشر، ١٩٩٢، ص١٢٥، وانظر كذلك مرجع سابق، ص ٣٩.

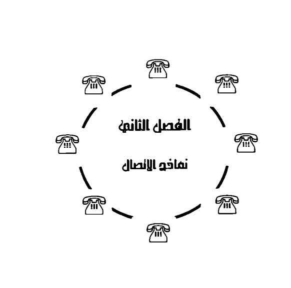
2 - تكنولوجيا وسائل الاتصال بالجماهير، د. مجد الهاشمي، دار أسامة، ص ٣٩.

3 - المعجم الإعلامي، د. جمال الفار، دار أسامة، ص ١٠- ١١.

الدراسات عن الحرب النفسية مثلاً يمكن أن تركز حول الإذاعات التي تبث عبر الحدود وحول توزيع المنشورات والنشرات. كما أن الدراسات عن الحملات الانتخابية يمكن أن تركز حول استخدام التلفزيون والملصقات والخطب العامة في هذه الحملات[1].

---

1 - الاتصال بالجماهير، د. أحمد بدر، ص٥٢


الفصل الثاني
نماذج الاتصال

نماذج الاتصال

تناولنا خلال الفصل الأول تعريف ومفهوم الاتصال بالنسبة للفرد والمجتمع وأكدنا أن أهداف الفرد من عملية الاتصال هو التأثير على الإطار المرجعي الذي يعيش فيه حتى لا يكون الفرد عرضة وهدفاً للتأثير نتيجة لانتشار وتطور وسائل الاتصال. وخلال هذه الصفحات سنتناول نماذج الاتصال المختلفة

ماذا نعني بالنموذج الاتصالي؟

النموذج الاتصالي هو وسيلة للإيضاح وشرح الفكرة أو تحليل عناصرها. وكلما تعددت الاتجاهات الخاصة بالتحليل أو المداخل الخاصة بتفهيم الفكرة تعددت النماذج التي يمكن أن تلتقي في النهاية حول هدف واحد وهو دراسة الاتصال وتعريفه وشرح العملية الاتصالية والعوامل المؤثرة فيها من خلال الفكر النظري والتطبيقي لكل دراسة أو اتجاه في هذا المجال[1]

النموذج هو أداة تصويرية يوفر إطاراً للافتراضات تتحدد في نطاق المتغيرات الهامة وتفترض علاقات معينة بين الأحداث التي تمت دراستها. بعبارة أخرى القدرة الفائقة على التمتع بخيال خصب لخلق مشاهد كانت مخفية عن الآخرين[2]

أو هو محاولة لإعادة خلق العلاقات التي يفترض وجودها بين الأشياء أو القوى التي ندرسها وذلك في شكل مادي أو رمزي[3]

---

1 - البحث الإعلامي، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، د. محمد عبد الحميد

2 - [illegible] ص ٣

3 - الأسس العلمية لنظريات الإعلام، د. جيهان رشتي، ص [illegible]

وقد عرفه كذلك عالم الاتصال دويتش بأنه عبارة عن بناء الرموز والقوانين العاملة التي يفترض أن تماثل مجموعة من النقاط ذات الصلة ببناء قائم أو بعملية ما[1].

أما عالما الاتصال شرام وبورتر فقد عرفاه بأنه طريقة نافعة للتفكير حول عملية ما أو بناء ما، إنه وصف واضح جداً يتيح لنا النظر إلى الأجزاء الرئيسة بدون أن يغطيها غموض التفصيلات والمطلوب من النماذج الاتصالية سواء أكانت رياضية أو رسوماً أن تزودنا برؤية داخلية للعلاقات التي تحدد لنا لماذا تعمل الأشياء كما هي أو كيف هي موجودة[2].

هذه التعريفات والتصورات عن النماذج توصلنا إلى نتيجة أنها نهايتان لمتصل واحد، وفي هذا الصدد اعتبر الباحث (كارل دويتش) في كتابه نماذج الاتصال والسيطرة السياسية أن النماذج المثالية أو الأساسية تنطوي على خطوات متتابعة للتجديد تقوم على الظروف المادية التي استمدت منها أو قامت على أساسها، وأن فكرة النماذج قامت على أساس عجزنا عن إعادة عملية الاتصال بنفس الشكل الذي تحدث به، أي أننا مطالبون بخلق صورة صناعية جامدة لهذه العملية، وبالرغم من أن تجميل عملية حية بهذه الطريقة سيعمل على تشويهها إلى حد ما، إلا أن الصورة التي نجمدها تساعدنا على أن نفهم عناصر الاتصال وطبيعته[3].

بعد أن تحدثنا عن أبرز تعريفات النموذج يمكننا بتعريف مبسط أن نعرف النموذج بأنه المجسم والمخطط الذي يوضح عملية الاتصال وكافة العناصر المكونة لها.

---

1 - تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، د. محمد الهاشمي، دار أسامة للنشر، ٢٠٠١، ص٢١.

2 - مرجع سابق، ص٢١

3 - مرجع سابق، ص ٧٢

وقبل أن نسلط الضوء على أبرز النماذج الاتصالية المختلفة علينا أولاً أن نتحدث عن الظروف والمبررات التي ساهمت في خلق واستخدام هذه النماذج.

مبررات استخدام نماذج الاتصال

اعتبر خبراء البحث العلمي بشكل عام والبحث الإعلامي والاتصالي بشكل خاص أن أي علم من العلوم يهدف إلى تحقيق هدفين اثنين[1]:

أولاً: زيادة فهمنا للظواهر التي تحيط بالإنسان للوصول إلى تعميمات عن الظروف المحيطة مدعمة بالأدلة والحقائق العلمية الموضوعية.

ثانياً: التنبؤ للوصول إلى النتائج، وعملية الفهم تتم من مراحلها الأولى إلى النهائية بواسطة نماذج رمزية نستخدمها في حياتنا لكي تسهل علينا فهم واستيعاب الظواهر ومكوناتها والعلاقات والتشكيلات بين كل مكونات الظاهرة بكل يسر وسهولة.

فالنظرية أو النموذج هي محاولة لتقديم العلاقات الكامنة التي يفترض وجودها بين المتغيرات التي تضع هدفاً أو نظاماً معيناً في شكل رمزي أي أن النماذج هي أدوات ثقافية تساعدنا على فهم أي ظاهرة أو نظام وإدراك العلاقات والصلات بين العناصر الأساسية في تلك الظاهرة أو ذلك النظام، كما أن تجربة الفرد مع الآخرين تجعله يتعرف على الدوافع والأنماط التي تنظم العلاقات الاجتماعية، ومن هنا نجد أن الباحث أو العالم يحاول أن ينظم المعلومات التي يحصل عليها من ملاحظته لنفس الأحداث، ويجعل لها نمطاً معيناً.

---

1 - الأسس العلمية لنظريات الإعلام، د. جيهان رشتي، ص ٧٠- ٧١

وفي هذا الصدد يقول (كارل دويتش) إننا نستخدم نماذج الاتصال سواء أردنا أم لم نرد حينما نحاول أن نفكر في أي شيء بشكل منتظم، ولهذا تتوقف نتائج تفكيرنا في كل حالة على العناصر التي ستدخل في النموذج الذي نصنعه أو البناء الذي نفرضه على تلك العناصر، وعلى الاستخدام الفعلي الذي نشتغل به جميع الاحتمالات التي يوفرها النموذج الذي نضعه[1].

طبيعة النماذج الاتصالية

بالرغم من وجود اختلافات بين النماذج الاتصالية كما سنرى لاحقاً من حيث حجمها واختلاف المتغيرات التي تظهرها أو تؤكدها، لكن هذه الاختلافات يعتبرها علماء الاتصال سطحية غير مهمة فالأمر المهم عند المقارنة ما بين النماذج هو هو تصنيفها يقع بشكل عام من خلال ما يلي:

أولاً - النماذج البنائية:

وهي النماذج التي تظهر الخصائص الرسمية للحدث أو الشيء أي المكونات وعدد وحجم وترتيب الأجزاء المنفصلة للنظام أو الظاهرة التي تصنفها.

ثانياً - النماذج الوظيفية:

وهي النماذج التي تقدم لنا صورة عن طبقة الأصل للأسلوب الذي بمقتضاه يعمل النظام وتفسر طبيعة القوى أو المتغيرات التي تؤثر على النظام أو الظاهرة[2].

---

1 - نماذج الاتصال في العلوم الاجتماعية، كارل دويتش، ص ٨٠- ٢٥٦.

2 - خصوصية الاتصال، بوسطن هاولن، ص ١٨ وانظر كذلك الأسس العلمية لنظريات الإعلام، د. جيهان رشتي، دار الفكر ١٩٧٨، ص ٧٢- ٧٥.

وظائف النماذج

إن وظائف النماذج الاتصالية تحقق جملة من المزايا تعود بالمنفعة، وذلك بسبب قدرتها الفائقة على تحويل وتفسير العمليات النفسية أو العلاقات الاجتماعية إلى نماذج رياضية أو إحصائية أو رسوم بيانية أو نماذج ملموسة ومحسوسة. وعلى ضوء ذلك فقد اعتبر علماء الاتصال أن النماذج الاتصالية تحقق أربعة أهداف هامة هي[1]:

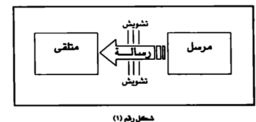
أولاً: الوظيفة التنظيمية للمعلومات: يوفر النموذج إطاراً يسمح للباحث بعزل المتغيرات العامة، ووصف دورها في العملية كلها، كما أنه يساهم في إعادة البناء أو التشييد للحدث أو الظاهرة، وتحديد عناصرها، أي أن النماذج تمتلك قدرة كبيرة على إعادة تقديم الخصائص الرئيسية للنظام الذي تخضعه للمتغيرات، فمن طريق النموذج يمكننا وضع عدد من المتغيرات في تكوين واضح وربط تأثيرات تلك المتغيرات بعضها ببعض بطرق معقدة ومحاولة استنتاج طبيعة التفاعل بينها مما يضمن عدم تجزئة الأحداث التي يتم دراستها. إن النموذج يساعد على فهم الأحداث والعلاقات بينها وذلك عن طريق تنظيم المعلومات المتوافرة، فالنماذج العلمية تساعدنا على فهم النظم والأحداث المعقدة وتوفر إطاراً تمكننا من خلاله أن نجري التجارب، كما أنها تساعدنا على رؤية العلاقات الجديدة.

ثانياً: تعمل النماذج على تطوير الأبحاث العلمية والإعلامية والاتصالية: حيث تساهم هذه النماذج في تبسيط عملية الاتصال أي أنها تحول النظريات الرياضية

---

1 - مصدر سابق، ص ٧٥

المعقدة إلى أبسط صورة من خلال تقديم صور وأفكار عن الشخص الذي قام ببنائه عما يعتقد عن المتغيرات الهامة في العملية في شكل يمكن القارئ من تحليل الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه تلك المتغيرات، كما أن النموذج يوضح للباحث اي نموذج يمكن تجاهله، ويمكن تصوير مهمة تشجيع القيام بأبحاث إضافية في نموذج لفظي مصور كما في الشكل التالي رقم (١)



شكل رقم (١)

ومن خلال هذا النموذج الذي يوضح لنا كيفية تتم عملية التشويش على المستقبل والمتلقي للرسالة.

ثالثاً: وظيفة التنبؤ والتوقع: لقد أثبت العلماء أن هناك علاقة طردية ما بين الفهم والتنبؤ فالأخير مبني على الفهم، كما أن الفهم هو نقطة البداية التي ننفذ منها إلى المجهول وذلك لأننا بعد أن نفهم ظاهرة ما فهماً مبدئياً أي بعد أن نتصور وجود علاقة وظيفية بينها وبين الأحداث أو مكونات معينة فإننا نحاول الاستفادة من النتائج التي حصلنا عليها، أي أننا نستنتج من العلاقة الوظيفية التي اكتشفناها نتائج أخرى أو نحاول أن نضع أو نطبق التعميم الذي وصلنا

إليه على مواقف جزئية أخرى غير تلك التي اكتشفناها، ولذلك لكي نستفيد من التنبؤ.

ومن هنا فإن التنبؤ يبنى على انطباق القاعدة العامة على مواقف أخرى غير تلك التي قامت على أساسها تلك القاعدة، وبمعنى آخر تصور النتائج التي يمكن أن تترتب على استخدامنا للمعلومات التي توصلنا إليها في مواقف جديدة، ومما لاشك فيه أن التنبؤ سيساعدنا من ناحية أخرى على زيادة الفهم لأن التنبؤ سيصبح جزءاً من خطة التحقق التي نختبر بها صحة معلوماتنا، فإذا ثبتت تنبؤاتنا فإن معنى ذلك أن المعلومات التي أقمنا التنبؤ على أساسها معلومات صحيحة فنحن عندما نتنبأ نقيم في الواقع علاقات جديدة ليس من السهل التحقق من وجودها فعلاً بناء على معلوماتنا الماضية وحدها، إن وظيفة التنبؤ تشير إلى قدرة النموذج في ربط العناصر غير المرتبطة وإظهار التماثل والارتباط بينها، مما كان غير ظاهر أو لم يدركه الناس من قبل، وكذلك وضع المعلومات في شكل يسهل تخزينها في الذاكرة.

ثالثاً: وظيفة التحكم: إن وظيفة التحكم تعتمد على الوظائف الثلاث السابقة من منطلق أن التحكم معناه معالجة الظروف التي تحدد حدود الظاهرة بشكل يحقق لنا الوصول إلى هدف معين وتزداد قدرتنا على التحكم في الظاهرة كلما زادت قدرتنا على التنبؤ والتحكم في الظاهرة، ولن يتحقق إلا إذا سيطرنا على الظروف أو المتغيرات التي تحدد حدوث الظاهرة فالعلاقة بين التحكم والفهم علاقة متينة كما أن العلاقة ما بين التحكم والتنبؤ حتمية.

معوقات نماذج الاتصال

يواجه الباحث أو المصمم للنموذج الاتصالي جملة من المعوقات والصعوبات اهمها[1]:

١. تجميد عملية الاتصال.

٢. إغفال بعض العناصر الهامة أو ترتيب العناصر ترتيباً لا يتفق مع الواقع.

٣. استخدام اللغة.

كما وتوافق عالم الاتصال ديوتش مع بيرلو في وظائف النماذج الاتصالية وعلى النحو التالي[2]:

١. الوظيفة التنظيمية.

٢. الوظيفة الموجهة.

٣. الوظيفة القياسية.

٤. تنظيم المعلومات وتشجيع القيام بالأبحاث والتنبؤ والسيطرة على الظواهر أو التحكم بها.

نماذج الاتصال

تعتبر عملية الاتصال عملية مستمرة متصلة الحلقات من منطلق أن الموقف لاتصالي هو موقف مركب لا يمكن السيطرة عليه على ضوء العناصر المعروفة في

- عمليا الاتصال، ديفيد بيرلو، ص ٢٣- ٢٨ وكذلك انظر الأسس العلميا للإعلام، د. جيهان رشتي، ص ٧٩
- مرجع سابق، ص٢١

عملية الاتصال فحسب بل يجب الأخذ بالاعتبار الخلفية الثقافية والفكرية والنفسية، أي أن هناك تبايناً في نوعية العناصر التي يتشكل منها الاتصال فضلاً عن المتغيرات المرتبطة بالموقف الاتصالي العام، ومن هنا فإن الاستجابة التي تحدث نتيجة مثير معين أو عنصر معين في موقف اتصالي معين لا تتم بصورة منتظمة آلية كتلك التي تجري عند حدوث تفاعل العناصر الكيميائية بعضها مع بعض، هذا وقد أشار عدد من المفكرين إلى أن عملية الاتصال تتكون من عناصر ثلاثة أو أكثر وهي المرسل والرسالة والهدف والمتلقي، فيما اعتبر مفكرون وعلماء اتصال آخرون بحجم (لاسويل) حيث طرح جملة من التساؤلات: من يقول ماذا؟ وبأي وسيلة؟ وإلى من؟ وما هو الأثر المتوقع؟ ثم عدل بعض العلماء، وأضافوا جملة من العناصر الأخرى وأهمها[1]:

١. الموقف الاتصالي العام.
٢. الهدف الذي تسعى إليه عملية الاتصال لتحقيقه.
٣. رجع الصدى من المستقبل إلى المرسل لأن المستقبل مفسر وليس جهاز تسجيل.
٤. الإطار الدلالي أي الخبرة المشتركة بين المرسل والمستقبل أي معرفة موضوع الاتصال كسياسته واقتصاد، فضلاً عن لغة الاتصال ذاتها.

ومن هنا فقد قسم علماء الاتصال نماذج الاتصال إلى قسمين نماذج كلاسيكية ونماذج حديثة، ومن أبرز النماذج الكلاسيكية وهو الوحيد هو نموذج ارسطو.

---

1 - الاتصال بالجماهير، د. احمد بدر، ص٦٠

نموذج ارسطو

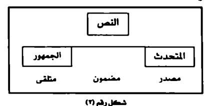
وهو من أقدم نماذج عملية الاتصال بل إن أول من وضع نماذج للاتصال هو ارسطو وتكون نموذجه من ثلاث مراحل اساسية[1]:

١. المرسل أو المتحدث أو المصدر

٢. المضمون أو النص أو الرسالة.

٣. المتلقي أو المستقبل.

هذا وقد اعتبر العلماء أن نموذج أرسطو قدم توصيفاً وتوضيحاً للحدث الاتصالي بلغة عصره، بالرغم من أن نموذجه بدائي لكنه لامس مفهوم العملية الاتصالية، كما واعتبر العلماء نموذج أرسطو وبكل المقاييس الاتصالية حجر الزاوية في فهم العملية الاتصالية برمتها، ومن خلال النظر إلى العناصر التي أكد عليها أرسطو نجد أن المصدر الاتصالي هنا هو المتكلم أو المتحدث الذي يسعى إلى توصيل فكرة محددة عبر وسيلة التخاطب المباشر (الخطاب كنص)، والذي يحتوي على مضمون الرسالة، أما المتلقي في هذه الحالة فقد يكون فرداً أو جماعة أو جمهوراً عاماً، وحسب تصورات أرسطو فإن الحدث الاتصالي بالنسبة له يتمحور حول الأثر الإقناعي بالرغم من إمكانية وجود آثار أخرى، والشكل التالي رقم (٢) يوضح نموذج أرسطو للاتصال.



شكل رقم (٢)

---

١ - تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيرية، د. مجد الهاشمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ص٢١.

النماذج الحديثة للاتصال

وابرز هذه النماذج نموذج لاسويل أو نموذج هارولد لاسويل: ويعتبر هذا النموذج من أقدم نماذج الاتصال بعد أرسطو مباشرة والذي وضعه أستاذ السياسة هارولد لاسويل عام ١٩٤٨ والذي توصل من خلال نموذجه إلى ما يلي[1]:

١. من ؟	Who ?
٢. يقول ماذا ؟	Says what ?
٣. باي وسيلة قناة	In which channel
٤. لمن ؟	To whom ?
٥. باي تاثير ؟	With what effects ?

هذا وقد طرح لاسويل العناصر الرئيسية لعملية الاتصال بأسلوب الإعلام الدعائي وخاصة عند دراسة الأخبار وتتمثل العناصر فيما يلي:

١. من يخبر؟

٢. بماذا يخبر؟

٣. ما هي وسيلة الأخبار؟

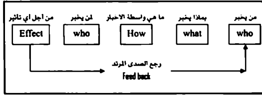
٤. لمن يخبر؟

٥. ومن اجل اي تاثير؟

---

1 - مرجع سابق، ص٢٢

هذا وقد جاء نموذج لاسويل على النحو التالي[١]:



شكل رقم (٢)

ومن خلال النظر إلى هذا النموذج نجد أنه يفسر ويحلل كل عناصر عملية الاتصال على النحو التالي:

١. من يخبر: يحلل شخصية المرسل نفسياً واجتماعياً والوقوف على قيمتها لمعرفة مواقفها واتجاهاتها.

٢. ملاذا يخبر أي التركيز على دراسة الرسالة بكل أبعادها، وهذا ما أطلق عليه لاسويل معرفة قيمة المضمون.

٣. ما هي واسطة الأخبار: أي دراسة نماذج أدوات الاتصال واختبارها.

٤. لمن يخبر: أي دعوة لدراسة المتلقي وتحليله ومدى تفهم هذا المتلقي للرسالة ومعرفة اتجاهاته ورغباته ومدى درجة التقبل، واستقبال مضمون الرسالة.

٥. من أجل اي تاثير: أي تحليل الأثر والآثار المتطابقة مع الأهداف وتحليل النتائج المترتبة.

---

١ - مرجع سابق، ص ٢٢

من جهة أخرى فقد اعتبر علماء الاتصال ان نموذج لاسويل يتماهى مع تعريف الإعلام اي أن الاتصال يسير في خط واحد من المرسل للمستقبل دون أي اعتبار للوسيط او المستقبل.

تعرض نموذج (هارولد لاسويل) إلى انتقادات لاذعة من الباحثين، وقد انصبت هذه الانتقادات على اعتبار ان نموذج لاسويل يسير باتجاه واحد من المستقبل إلى المرسل حيث يتجاهل الخلفية الثقافية والنفسية والاجتماعية أي تفسير الرسالة من منطلق أن الرسالة ليست أهم معيار في نظرهم للموقف الاتصالي، ومن ابرز الباحثين الذين انتقدوا نموذج لاسويل (ستيفنسون) حيث اعتبر أن لاسويل طالب بحكم الفلاسفة أي أنه توافق مع أفلاطون وأرسطو وقدم ستيفنسون داخل النظام، وهناك نماذج وظيفية يحاول مصمموها أن يقدم القوى التي تكون النظام وأن يحدد اتجاهها وعلاقتها بالتأثير[1].

النماذج الرياضية

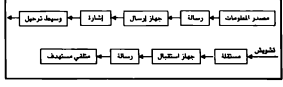
نموذج شانون وويفر

قدم كل من شانون وويفر نموذجهما الاتصالي عام ١٩٤٩م، وقد اعتبر علماء الاتصال بأن هذا النموذج المسؤول عن ولادة التفكير الاتصالي الحديث بمتغيرات التكنولوجيا، ومن جهة ثانية فقد اعتبر علماء الاتصال بأن هذا النموذج لا يأخذ بالمعيار الاتصالي من منطلق اختصاصه بالمادة المعلوماتية، فاهتماماته انصبت على درجات التباين والتفاوت الذي يحدث ما بين ما يتم في الوسيلة الاتصالية من

---

1 - الأسس العلمية لنظريات الإعلام، د. جيهان رشتي، ١٩٧٩، ص٧٣

مضامين ومدخلات، ومضامين متولدة كمخرجات نهائية، هذا وقد جاءت مكونات الاتصال الأساسية حسب نموذج شانون وويفر على النحو التالي:



شكل رقم (٤)

من ناحية ثانية فإن هذا النموذج يعتبر من النماذج الرياضية ويشبه الاتصال بعمل الآلات التي تعمل على نقل المعلومات، وعلى خط النموذج رقم (٣) فإننا نلاحظ أنه يتكون من ما يلي:

١. المصدر يختار رسالة يتم وضعها في كود بواسطة جهاز إرسال.
٢. يتم تحويل الرسالة إلى إشارات.
٣. يقوم جهاز الاستقبال بفك كود الإشارات ويحولها إلى رسالة يستطيع الهدف أن يستقبلها.

هذا وقد اعتبر علماء الاتصال أن نموذج كلود وشانون الذي ظهر في منتصف القرن الماضي من أكثر نماذج الاتصال استعمالاً في عصرنا الحالي، لكن العلماء اعتبروا أن هذا النموذج يمتاز بالصعوبة في الفهم وخاصة بالنسبة لأولئك الذين لا يملكون خلفية عن علم الإحصاء والرياضيات، ولذلك طلب "كلود" من زميله "ورن ويفر" تفسير النموذج

الذي وضعه بصورة أفضل حتى يتمكن الجميع من فهم واستيعاب محتوياته، ويذكر أن شانون وويفر هم أصلاً من علماء الإحصاء والرياضيات[1].

هذا وتشير المصادر إلى أن كلاً من شانون وويفر كانا يهتمان بالاتصال الإلكتروني ويعملان في المختبرات التابعة لشركة "بل" للتلفونات، ومع أن هذا النموذج هو نموذج علمي ميكانيكي في طبيعته إلا أنه صالح للتطبيق في حقل الاتصال الإنساني.

وعلاوة على ذلك فقد قدم شانون إنجازاً اتصالياً آخر وهو إضافة عنصر جديد في عملية الاتصال وهو عامل التشويش، ويذكر أن شانون وويفر من خلال نموذجهما يتناسب مع نموذج أرسطو مع اختلاف في تسمية العناصر الاتصالية أو عناصر العملية الاتصالية مع زيادة عامل الوسيلة، وقد ذكر العالمان شانون وويفر أن عناصر الاتصال تتشكل من العناصر التالية[2]:

١. المصدر.

٢. المستقبل.

٣. الإشارة.

٤. جهاز التنقل.

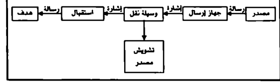
ومن خلال إلقاء نظرة على نموذج شانون وويفر لوجدنا أنه مطابق لنموذج أرسطو "المتحدث والإشارة بأنها الحديث والمستقبل بأنه المستمع" كما وأشار شانون في نموذجه إلى أنه يحدث أحياناً تغييرات تطرأ على الرسالة في جهاز الإرسال وجهاز الاستقبال ترجع إلى حدوث ما تسميه بالتشويش، وهذا التشويش يشير إلى مصدر

1 - مقدمة في علم الاتصال، د. نبيل عارف الجردي، ص ٤١.

2 - مرجع سابق، ص ٤١- ٤٢

الخطأ الذي يسبب حدوث اختلافات بين العلامات أو الإرشادات التي تخرج من جهاز الاستقبال.

كما وأكد شانون إلى أن الاتصال يمكن دراسته من الناحية الفنية في إرسال الإشارة أو من الناحية الدلالية بتأكيد مشاكل المعنى أومن ناحية التأثير بتأكيد النتائج السلوكية[1]، والنموذج أدناه يمثل نموذج شانون وويفر على الشكل التالي رقم (٥).



شكل رقم (٥)

النماذج اللغوية للاتصال

مفهوم اللغة: عرفت اللغة في مفهومها الضيق الدقيق المعاصر لعلمي الكلام والكتابة بأنها عنصر أساسي في حياة البشر، ويصعب بدونها قيام حياة اجتماعية متماسكة ومتكاملة، ويستحيل قيام حضارة ذات نظم اجتماعية وأنماط ثقافية وقيم أخلاقية ومبادئ وحياة مادية ومخترعات باعتبارها أداة التفاهم والحوار، ويقال بأن مفهوم اللغة في المجتمع التقليدي ينطلق بأن اللغة تستطيع أخذ الإنسان إلى تل أعلى مما يمكن أن يرى عنده الأفق، ثم تجعله ينظر وراءه وهي تعاون في تحطيم

1 - مرجع سابق ص ١٣٣- ١٢٤ ولمزيد من الإطلاع انظر نفس المرجع ص ١٢٤- ١٤٢.

قيود المسافة والزمن والعزلة، تنقل الناس من المجتمع البدائي إلى المجتمع المنفتح حيث تتركز العيون على المستقبل وهذا يعني وجود علاقة ما بين الاتصال والحضارة[1].

ومن هذا المنطلق فإن حضارة اللغة نشأت من خلال ارتباط وجود الحضارة الإنسانية باللغة لتميز الجنس البشري على سائر الكائنات بالفكر والنقاء، وتأسيساً على ذلك فاللغة في النظرية الاتصالية تعتبر أهم أدوات الحضارة وأساس نشأتها وتطورها واستمرارها، فالشعوب التي تتكلم لغات مختلفة تعيش في عوالم مختلفة من الواقع حيث تؤثر في هذه اللغات في مدركاتها الحسية، وأنماط تفكيرها باعتبارها الوجه الأساسي للحقيقة والواقع الاجتماعي الذي يعيشه المتكلمون بها[2].

اللغة هي تنظيم معين من الإشارات، وأن احد أهدافها الأساسية تنظيم الاتصال[3]، بينما عرفها رومان جلكوبسون "بأنها التنظيم الأساسي لإقامة الاتصال" فيما عرفها ماريشنه "بأنها أداة اتصال بواسطتها يتم تحليل او تحلل التجربة الإنسانية إلى وحدات ذات مضمون معنوي وتعبير صوتي ويكون لكل مجموعة بشرية تحليل مختلف كما تقره المجموعات الأخرى، هذا التعبير الصوتي يتجزأ بدوره إلى وحدات مميزة ومتعاقبة لا نهاية لها، وتختلف نتائج العلائق في بينها باختلاف اللغة أيضاً"[4].

---

1 - اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر، د. حسين عبد الجبار، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، ص ١٢.

2 - مرجع سابق ص ١١.

3 - تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، د. محمد الهاشمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤، ص ١٢.

4 - مرجع سابق ص١٢.



وهناك تعريفات أخرى للغة نوردها فيما يلي[1]:

سقراط عرفها: حينما يفكر العقل يتكلم إلى نفسه أما دي لاكورا فقال: "إن الفكرة تكون اللغة بعد أن تكون قد تكونت بواسطة النطق"، أما جيله فقد قال "نحن أحياء فقط عندما نتكلم"، بينما هوبز فقال: "إن المعرفة ما كانت لتأتي إلى حيز الوجود بدون اللغة" وعلى هذا الأساس اعتبر لوك أن الحاجة للاتصال هي منبع اللغة، وأن اللغة تولد الفكر بدورها"، في المقابل اعتبر كونديلاك "أن المرء يفكر دون اللغة"، كما واعتبر وارد بأن الفكر لا يتم إلا باللغة، هذا واعتبر ستاوت "أن اللغة وظيفة تعبيرية، فالكلمة أداة للتفكير في المدى الذي تعبر عنه".

ومن هنا فإن عملية الاتصال تتم على مستويات مختلفة من حيث استخدام اللغة والرموز تتواصل بمستويات ثلاثة هي[2]:

١. مستوى التذوق الجمالي وهو المستعمل في الأدب.

٢. المستوى العلمي النظري وهو المستعمل في العلوم.

٣. المستوى الاجتماعي الوظيفي الهادف الذي يستخدمه علم الاتصال والإعلام بمختلف أنماطه.

ومن هنا فإن كل هذه المستويات موجودة في كل مجتمع إنساني، ويكمن ذا التباين في المجتمع المتكامل السليم وغير السليم، ويدل تقارب هذه المستويات

- مرجع سابق ص١٢- ١١.
- اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر، د. حسين عبد الجبار، ص١١

اللغوية على تجانس المجتمع وحيويته وثقافته ومن ثم يكون متكاملاً سلهه الحضارة.

وهنا يطرح السؤال التالي: هل اللغة وسيلة اتصال؟

فقد أجابت الباحثة د. مجد الهاشمي بأن اللغة وسيلة اتصال بالمعنى اللغوي باعتبار أن اللغة هي كل نظام من العلاقات الدالة يمكن أن يستخدم وسيلة اتصال كان تقول أن الجمل وسيلة اتصال، أما المعنى الاصطلاحي فليست وسيلة اتصال "اعلام" لأن وسائل الاتصال معلومة ومحدودة، ومن هنا فقد اتفق العلماء اللغويون وعلماء الاتصال والإعلام على ضرورة وجود معنى حتى يمكن لدائرة الاتصال أن تتم وتؤدي دورها في الإبلاغ، فالحقل المشترك بين اللغة والإعلام في العلاقة ما بين اللفظ والمعنى هو حقل الدلالة، فعلماء اللغة يعنون بعلم الدلالات وعلماء الإعلام والاتصال يهتمون بالإطار المشترك بين مرسل الرسالة ومستقبلها حتى يتم الإعلام في هذا الإطار المشترك ولا تسقط الرسالة خارجة، ويمثل اللفظ القاسم المشترك في هذا الحقل حقل الدلالة بين اللغة والإعلام ويظل اللفظ هو صاحب السيادة يتقدم سائر أشكال الدلالات، ومن هنا فقد عدّ علماء الاتصال أن استخدام الإنسان لصوته وإصدار لغة خاصة به من أولى الثورات في مجال الاتصال حيث انتقل من استخدام الإشارات الجسدية أو قرع الطبول والدخان للتعبير عن أدوات معينة كما حدث في القرى الأفريقية النائية والهنود الحمر في أمريكا إلى اللفظ الصوتي[1].

بعد هذا العرض عن العلاقة ما بين الاتصال واللغة فإننا سنتناول أبرز النماذج اللغوية للاتصال من منطلق أن اللغة هي أداة اتصال وتفاهم بين الناس، وعليه

---

1 - تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، د. مجد الهاشمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤م، ص١١.

فإننا سنتحدث عن أبرز الملامح الاتصالية التي توصل إليها كل من علماء اللغة والاتصال سوياً.

اعتبر علماء الاتصال واللغويات أن كل ما يدور في ذهن الإنسان إنما هي لغة قائمة بذاتها وعلى ذلك التعبير بالصور والموسيقى والحركة يصبح لغة إذا حققت للإنسان هدفاً في نقل أحلامه وآماله وأفكار الآخرين، ومن هنا اعتبرت الباحثة سوزان لانجر ضرورة توفر خاصيتين أساسيتين في اللغة هما[1]:

١. تتكون اللغة من مجموعة من المفردات تحكم تركيبها وترتيبها قواعد خاصة تمنح هذه المفردات معاني خاصة.

٢. أن يكون لبعض المفردات نفس المعنى الذي تعبر عنه مجموعة من المفردات الأخرى فيستطيع الإنسان أن يعبر عن معظم المعاني بطرق مختلفة ويلاحظ ان فكرة إنشاء القواميس والمعاجم تعتمد على هذه الخاصية وعلى ضوء ذلك قسم علماء الاتصال الإنساني للغة المستخدمة إلى مجموعتين:

أولاً- الاتصال اللفظي:

ويدخل تحت إطاره كل أنواع الاتصال التي تستخدم فيها اللفظ كوسيلة لنقل رسالة من المصدر إلى المتلقي ويكون هذا اللفظ منطوقاً فيدركه المستقبل بحاسة السمع، هذا وقد بدأ استخدام اللغة في النظام الإنساني عندما تطورت المجتمعات وأصبحت قادرة على صياغة كلمات ترمز إلى معاني محدودة يلتقي عندها أفراد المجتمع، ويعتمدون على دلالاتها في تنظيم علاقاتهم والتعبير عن مشاعرهم، وقد عكف فريق من علماء اللغة على دراسة دلالات الألفاظ وأسفرت

---

1 - نظريات الإعلام، د. حسن مكاوي، ص ١٧.

جهودهم عن ظهور علم المعنى العام الذي يهدف إلى تخليص الفكر الإنساني من المغالطات اللغوية[1].

ومن جهة أخرى فقد اعتبر علماء الاتصال أن النماذج اللغوية اللفظية تتكون من سلسلة من العبارات التي تحاول أن تحدد نية المشتركين في عملية الاتصال أو هدفهم، وتحاول أن تصف طبيعة الاتصال بين الأفراد، ومن أبرز النماذج اللفظية نموذج "كينيث- بريك" ونموذج هارولد لاسويل ونموذج فرانكلين فيرنيج، هذا وقد قسم نموذج كينيث- بريك المجالات الأساسية التي يمكن من خلالها دراسة دوافع الاتصال إلى خمس مجالات وهي[2]:

١. العمل الذي يحدث.
٢. خلفية عن العمل.
٣. القائم بالاتصال.
٤. الوسائل المستخدمة.
٥. البنية أو الدوافع.

وقد اقترح "بريك" استخدام النموذج الخماسي لدراسة الاستراتيجيات اللغوية التي يستخدمها البشر في الظروف الاتصالية، وقد كانت الأساليب في الاتصال قد اعتمدت على نموذج أرسطو الكلاسيكي أو نموذج "بريك المعاصر"، من جهة ثانية فقد اقترح عالم الاتصال والسياسة "لاسويل" أنه من الممكن وصف السلوك الاتصالي من خلال الإجابة على الأسئلة الخمسة أو الشقيقات الخمسة وهي:

١. من ؟

---

1 - نظريات الاتصال، د. علي عجوة وآخرون، ص٢٣- ٢٤

2 - الأسس العلمية لنظريات الإعلام، د. جيهان رشتي، دار الفكر العربي، ١٩٧٨، ص ٨١.

٢. يقول ماذا ؟

٣. بأي وسيلة ؟

٤. لمن ؟

٥. وبأي تأثير ؟

كما وحدد الباحث جير بنجر عشرة متغيرات أساسية تمثل العناصر الرئيسة لعملية الاتصال وهي[1]:

١. شخص ما.

٢. يدرك حدث.

٣. يقوم برد فعل.

٤. في ظرف ما.

٥. بوسائل معينة.

٦. لتوفير مادة.

٧. بشكل ما.

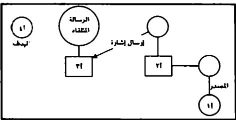
٨. وإطار.

٩. ينقل فيه مضمون.

١٠. له نتيجة معينة.

ومن ناحية أخرى فقد قدم عالم الاتصال جيربنجر نموذجه الاتصالي من خلال الرسم المرفق وقد اعتبر علماء الاتصال أنه يتماثل مع نموذج شانون وويفر.

1 - النموذج العام للاتصال، جربنر، ص١١



شكل رقم (٦)

ومن خلال النظر إلى نموذج جير بنجر فإن رمز أ١، أ٢، أ٣، تمثل عملياً إنساناً أو آلة فالمرسل يكون هو مصدر الرسالة الذي يشاهد حدثاً فينقله عبر الرموز برسالة إلى الناقل أ٢ وهو قد يكون إنساناً أو آلة مثل التلفزيون، وهذا الناقل يقوم مرة أخرى بنقل هذه الرسالة من الحدث ليرسل هذه الرسالة بإشارة إلى المتلقي أ٣ وهو أيضاً يكون إنساناً أو آلة يمثل جهاز التلفزيون وهنا فإن الرسالة المتلقاة التي يتم إنتاجها تذهب إلى الهدف أ٤[1].

هذا وقد صمم جير بنجر نموذجه عام ١٩٥٦م والذي اشتمل على ١٠ متغيرات، ومن خلال النظر إلى هذه المتغيرات يمكننا صياغة نموذج جربنر بالعبارة التالية: شخص ما يرى حدثاً يستجيب له، في موقف ما، ببعض الوسائل، بتوفير المادة المتاحة، بشكل ما، في سياق ما لتنقل مضموناً له بعض النتائج وهنا نلاحظ ان هذا النموذج قدم تفصيلاً أكثر للعملية الاتصالية، كما أنه أضاف إضافات هامة مثل السياق الذي تتم فيه العملية الاتصالية والتغذية الراجعة[2].

1 - مصدر سابق، ص ٢٦
2 - مصدر سابق، ص ٢٧

من جهة ثانية فقد تعرض هذا النموذج لانتقادات لاذعة بعض علماء الاتصال حيث أنه أهمل التشويش كعنصر مستقل في العملية الاتصالية.

هذا وقد قدم الباحث فرانكلين فير- نتج نموذجاً آخر لعملية الاتصال حدد فيه الظرف الاتصالي وعرف عناصره الرئيسية ووصف بعض العلاقات الوظيفية بين العناصر وافترض كذلك أن الاتصال ينشأ نتيجة حالات توتر يسببها منبه معين وينتهي بتنظيم للمدركات أو الصور الذهنية بشكل يتسم باستقرار أكبر.

مميزات النماذج الاتصالية اللفظية

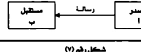
يمكن إجمال أبرز مميزات النماذج الاتصالية اللفظية على النحو التالي[1]:

١. تستخدم نظماً للرموز أو الاصطلاحات المألوفة للجميع.
٢. لا يحتاج الفرد لتدريب خاص كي يفهم أغلب النماذج اللفظية مقارنة مع النماذج الرياضية أو المنطق الرمزي إلى تدريب خاص، فاللغة وسيلة بسيطة لنقل الأفكار وتتسم باللين والمرونة الشديدة، ويمكن استخدامها لنقل المعاني الوصفية والمجازية فئات اللغة التي يمكن توسيعها إلى مالا نهاية تجعلها وسيلة تحليلية شاملة.
٣. استمرار العديد من النماذج اللفظية حتى الآن هو دليل على صلاحيتها للاتصال ونقل الحقائق العلمية.

من جهة أخرى فقد اعتبر العلماء أن النماذج اللفظية المصورة أو الرمزية ما هي إلا امتداد للنموذج اللغوي اللفظي هدفه توضيح وتأكيد عناصر النموذج اللفظي وتقديم صورة الهدف ومنها تفسير العلاقات المعقدة التي لا تستطيع الكلمات وحدها

1 - الأسس العلمية لنظريات الإعلام، مصدر سابق، ص ٨٦- ٨٩.

أن تقدمها، ويتكون النموذج اللفظي على الشكل التالي:



شكل رقم (٧)

هذا ويجمع الاتصال اللفظي بين الألفاظ المنطوقة والرموز الصوتية فعبارة اهلاً وسهلاً يمكن أن تصبح ذات مدلولات أخرى بتغيير نبرة الصوت. ولا يخفى علينا أن هذا النوع من الاتصال لا يمكن أن يتم بمعزل عن طرق الأداء الأخرى غير اللفظية مثل الحركة[1].

ثانياً – الاتصال غير اللفظي: ويشمل هذا النوع من نماذج الاتصال كل أنواع الاتصال التي تعتمد على اللغة الغير لفظية، ويطلق عليه أحياناً اللغة الصامتة وقسم علماء الاتصال على هذا النوع إلى ثلاث لغات وهي[2]:

١. لغة الإشارة.
٢. لغة الحركة.
٣. لغة الأشياء.

هذا ويذهب "راندال هاريسون" إلى أن الاتصال غير اللفظي يمتد ليشمل تعبيرات الوجه والإيماءات والأزياء والرموز والرقص والبروتوكولات الدبلوماسية، وقسم أنواع الإشارات الغير لفظية إلى ما يلي[3]:

١. رموز الأداء: وتشمل حركة الجسد مثل تعبيرات الوجه وحركة العيون

1 - نظريات الإعلام، د. حسن مكاوي، ص ١٨، وانظر كذلك نظريات الاتصال، د. صالح أبو إصبع، ص ٤٢.
2 - مرجع سابق، ص ١٨- ١٩.
3 - مرجع سابق، ص١٩.

والإيمامات، وكذلك ما أطلق عليه شبه اللغة مثل نوعية الصوت كالضحك والكسحة.

٢. رموز اصطناعية: مثل الملابس وأدوات التجميل والأثاث والعمار والرموز المعبرة عن مكان الإنسان.

٣. رموز إعلامية: نتيجة للاختبارات والابتكارات من خلال استخدام وسائل الاتصال الجماهيرية، مثل حجم النمط ونوع الصورة والألوان والظلال ونوع اللقطة التلفزيونية من بعيدة أو متوسطة أو مقربة، وكذلك أسلوب استخدام الموسيقى والمؤثرات الصوتية.

٤. رموز ظرفية: وتنبع من استخدامنا للوقت والمكان من خلال ترتيب المتصلين والأشياء حولهم مثل ترتيب جلوس الزوار حسب أهميتهم الاجتماعية أو تجاهل نمرفه بطريقة معتمدة.

المهام التي يؤديها نموذج الاتصال غير اللفظي:

توصل الباحثون وعلى رأسهم الباحث مارك ناب إلى أن نموذج الاتصال الغير لفظي في علاقته مع الاتصال اللفظي يؤدي المهام التالية[1]:

١. التكرار والإعادة: أي أن نقوم بإعادة ما قلناه لفظياً.

٢. التناقض: يمكن للسلوك غير اللفظي أن يناقض الاتصال اللفظي مثل المدير الذي يطلب من موظف أن يحضر أوراقاً معينة معينة أمام أحد العملاء ثم يعطي الموظف إشارة بعدم إحضاره هذه الأوراق، ويعود الموظف بالقول أنه لم يجد هذه الأوراق، وفي هذه الحالة يكون الموظف قد تلقى رسالتين أحدهما لفظية والأخرى غير لفظية.

1 - الأسس العلمية لنظريات الاتصال، د. جيهان رشتي.

٣. البديل: يمكن ان يكون للاتصال غير اللفظي أن يكون بديلاً للفظي فتعبيرات الوجه أحياناً تغني عن الاتصال اللفظي.

٤. مكمل أو معدل: يمكن للاتصال اللفظي أن يكون مكملاً للاتصال اللفظي مثل الابتسامة بعد أن نطلب شيئاً من شخص أو التهجم عليه.

٥. التأكيد: كأن يقوم شخص بالتركيز صوتياً على كلمات معينة للتأكيد على الرسائل اللفظية، وقد يصاحب ذلك تعبيرات الوجه الدالة على التأكيد.

٦. التنظيم: يمكن للاتصال الغير لفظي أن ينظم الاتصال بين المشاركين مثل حركة الرأس أو العينين أو تغيير المكان أو إعطاء إشارة لشخص ليكمل الحديث أو يتوقف عنه وكلها وظائف تنظيمية يقوم بها الاتصال الغير لفظي

مقارنة بين الاتصال اللفظي وغير اللفظي:

أوجه التشابه:

١. الاتصال اللفظي وغير اللفظي يلتقيان من حيث أنهما من الإنتاج الإنساني.

٢. يستخدمان رموزاً لها معانٍ.

أوجه التنافر بينهما:

يمكن إجمال أوجه التنافر ما بينهما من خلال المحاور التالية:

المحور الأول: ففي الاتصال اللغوي اللفظي تحكمه قواعد اللغة، بينما في الاتصال اللغوي غير اللفظي ففي عالمية فالابتسامة مثلاً تعني نفس الشيء لكل الناس في العالم ولكن هناك بعض الرموز يختلف معناها من ثقافة لأخرى

المحور الثاني: ففي الاتصال اللفظي تتعلمه في مرحلة متأخرة من الحياة عن طريق التنشئة الاجتماعية فالطفل يتعلم الكلام والكتابة بعد أن يكون

قد تعلم لغة الإشارة أولاً أي أن الاتصال اللفظي يأتي بعد الاتصال غير اللفظي، بنما تتعلم الاتصال غير اللفظي في مرحلة متقدمة أو مبكرة من الحياة بعد الولادة مباشرة أو عن طريق التنشئة الاجتماعية فالطفل يتعلم الإشارات مثل الابتسامة والعبوس قبل أن يتكلم أو يكتب، فالاتصال غير اللفظي يسبق اللفظي في عملية التنشئة الاجتماعية.

المحور الثالث: يناشد الاتصال اللفظي العواطف بينما يعتقد عدد من العلماء بأن الاتصال غير اللفظي مفعم بالعواطف أو يمكن أن يكون يناشد العواطف بقوة فهو أصدق تعبيراً عن المشاعر والأفكار من الاتصال اللفظي[1].

إشكالية تنوع نماذج الاتصال

من خلال النظر إلى نماذج الاتصال السابقة تبين لنا وجود تباين واضح في هذه النماذج، وهذا التنوع مرده بسبب تباين تعاريف الاتصال، وإن ابرز ملامح إشكالية هذه النماذج ما بينها وما بين نماذج أخرى يعود للأسباب التالية[2]:

١. إن هذه النماذج عكست بشكل واضح التطور التاريخي لعلم الاتصال والإعلام منذ الأزل منذ نموذج افلاطون وإلى بروز أول النماذج الاتصالية الحديثة التي ظهرت في أواسط الأربعينات من القرن الماضي، حيث عكست الإسهامات التي تمت في هذا المجال من خلال وضع أول إطار نظري لهذا العلم

1 - وسائل الاتصال الجماهيري، د. مجد الهاشمي، ص ١٥.

2 - مجلة الدراسات الإعلامية، عدد ٨٧، ١٩٩٧.

وفروعه المختلفة، وكذلك إسهامات العلوم الأخرى لعلم الاجتماع والنفس واللغة، ويتضح كذلك سيادة النموذج الخطي في المراحل الأولى، بينما اتسع الاهتمام بعد ذلك بالنماذج الدائرية التي تعكس التفاعل وتبادل الآراء في عملية الاتصال.

٢. إن تحديد النماذج للاتصال الوجاهي وأخرى للاتصال الجماهيري، فالإعلام لا يعني التحديد الدقيق للاستعمال والتطبيق ولكنها رؤية تعكس اتجاه الدراسة المتخصصة والبحوث التي قامت عليها هذه النماذج.

٣. إن غياب عنصر رجع الصدى في عدد من نماذج الاتصال الجماهيري لا يعني عدم وجوده أو إغفاله لأنه عنصر هام في عملية تطوير الإعلام، واستمرار تدفقها وبالمناسبة فإننا خلال الصفحات القادمة سنسلط الضوء على مستويات الاتصال، فالحديث عن مقومات نجاح الاتصال يعني حتمية الاستجابة الإيجابية للعملية الاتصالية، ووضع عوامل التشويش في الاعتبار يعني الكشف عنها من خلال رجع الصدى من جانب وتجنبها يعني تحقيق الاستجابة المستهدفة من جانب آخر، وكذلك وضع العوامل الاجتماعية والنفسية وتأثيراتها في الاعتبار.

٤. بالرغم من الإسهامات التي قدمت في مجال نماذج الاتصال وكانت نماذج شاملة فإنه ما زال هناك العديد من النماذج التي تهتم بعنصر واحد أو عنصرين وتأثيراتها في عملية الاتصال مثل بناء الرسائل أو تأثيرات الدوافع والحاجات للتعرض والإدراك لمحتوى الاتصال، وهذا لا يمكن أن نوجه إليها النقد بقصورها في عملية تفسير الحركة أو التأثير وكأنها تكون قد قامت بدورها في حدود الأهداف العلمية لبناء هذه النماذج.

٥. وبناء على ما تقدم فإنه يصبح من غير المقبول اتهام نماذج بالقصور أو التطبيق المحدود فإنه في دراسة عملية للاتصال وتفسيرها يتطلب ذلك النظرة الكلية لهذه النماذج مجتمعة وليس الاعتماد على نموذج واحد وإغفال آخر وذلك حتى يتسنى للجهود العلمية تقديم نموذج شامل في هذا المجال.

٦. وفي حالة تصورنا إمكانية الوصول إلى نموذج شامل، فإن تقديمه وتطبيقه يظل مرهوناً بنتائج البحوث الآنية، وليس بعد ذلك لأن هذه البحوث تهتم بالسلوك الإنساني وهو عنصر دائم التغيير بتغيير العوامل المؤثرة فيه والأخيرة مرهونة بالتغيير الثقافي والحضاري.

نموذج الاتصال الجماهيري

سبق وأن عرفنا الاتصال الجماهيري ومن هنا فإن هذا النموذج يعتبر من أكثر النماذج تأثيراً على الجمهور وأبرز نماذجه نموذج ولبير شرام والذي قدمه بالإضافة إلى العديد من النماذج الاتصالية والتي ساعدت وساهمت في صياغة النظرية الاتصالية الحديثة وله عدة مفاهيم تتمحور معظمها حول البنية الاجتماعية للاتصال من منطلق أن اللغة والقيم الاجتماعية ونظم الفعل الجماعية والتي تلعب دوراً فاعلاً في إنجاز الفعل الاتصالي بين الأطراف المتفاعلة، هذا وكان شرام قد قدم نموذجه الأول عام ١٩٥٤م ثم تبعه باقي النماذج، وجاءت هذه النماذج الثلاث في مقالة تحت عنوان: "كيف يعمل الاتصال" وتتلخص العناصر الرئيسة للنموذج على النحو التالي[١]:

---

١ - مرجع سابق، ص٢٨

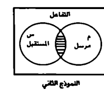
١. مصدر أو الرمز	Encoder or source
٢. المستقبل او محلل الرمز	Receiver or Decoder
٣. الإشارة	Signal
٤. الهدف	Destination
٥. مجال الخبرة أو الإطار المرجعي	Field of Experience

هذا وقد نشر شرام مقالة عام ١٩٦١ تحت عنوان "الاتصال بين البشر" حيث أضاف عنصري التشويش Noise والرجع والتغذية الراجعة "Feedback" إلى نموذجه الاتصالي، ويعتبر هذا النموذج من أبسط النماذج التي قدمها شرام حيث وضع العلاقة ما بين المرسل والمستقبل والرسالة:

المرسل ← الرسالة ← المستقبل

النموذج الأول

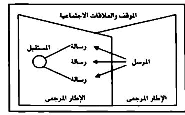
هذا وقد أشار شرام إلى أن العلاقة التفاعلية ما بين المرسل والمستقبل من خلال الخبرات المشتركة على الشكل التالي:



النموذج الثاني

من خلال هذا النموذج حيث تمثل كل دائرة الإطار المرجعي لكل من المرسل والمستقبل والإطار المرجعي هو العامل الحاسم في توصيل الرسالة وفهمها.

النموذج الثالث حيث وضع شرام كيف يختار الإنسان الرسالة المناسبة بناء على إطاره المرجعي الذي يحكمه أي الموقف والعلاقات الاجتماعية والشكل التالي يبين النموذج الثالث لشرام[1].



النموذج الثالث

هذا وقد قدم شرام نماذج أخرى وخاصة في مجال الاتصال الشخصي الذي يوضح عملية الرجع والتشويش أثناء عملية الاتصال، واعتبر شرام أن التشويش يتم في العملية الاتصالية لدى انتقال الرسالة إلى المستقبل، وأن عملية التغذية الراجعة من المرسل تتم بطريقتين[2]:

١. الرجع المرتبط بالرسالة ذاتها مثل مدى انتباه المتلقي لها أو انشغاله عنها.

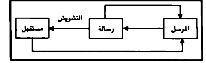
---

1 - مرجع سابق، ص٢٩.

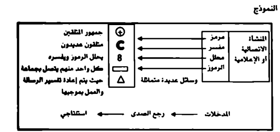
2 - مرجع سابق، ص٣٠

٢. المرتبط بالمتلقي ذاته الذي يقوم بالرجع.

كما وقدم شرام نموذجاً لرجع الصدى والتشويش على النحو التالي[1]:



كما وقدم شرام نموذجاً أخر انطلق من خلال رجع الصدى مثل توقف المتلقين عن شراء مطبوعة أو عدم استمالتهم للبرامج والشكل التالي يوضح هذا النموذج



ومن هذا النموذج السابق نجد أن المؤسسة أو المنشأة الاتصالية والإعلامية لها دور كبير في عملية الترميز والتفسير والتحليل، وتحليل الرمز، ويمكن تفسير النموذج المقترح من خلال تطبيقه على صحيفة أو إذاعة أو تلفزيون، فالمؤسسة الاتصالية تتلقى الأخبار من مصادر عديدة ويقوم المحرر بقراءتها وتقييمها، ويقرر ما سيتم نشره، وأثناء الإجراء فإن النص سيعدل وتعاد كتابته أو يتم رفضه من قبل

---

1 - مرجع سابق، ص٢٨

العاملين بالمؤسسة الإعلامية، وإذا أجهزت إعادة العاملين المفلترين أو كلاب الصيد فإنه سيتم طباعتها وتوزيعها، هذا ويتلقى المتلقون للرسائل من الأفراد الذين ينتمون إلى جماعات أولية وثانوية قد تصل الرسالة الإعلامية إلى أعضاء الجماعة عبر فرد متلق للرسالة من خلال نفوذه الشخصي الذي يعمل كمرشح للرسالة الإعلامية، وبناء على تفسير الرسالة فإن المتلقين يرسلون رجع صدى الرسالة إلى المؤسسة الإعلامية"[1].

نموذج مالتيزك

قدم الباحث الألماني مالتيزك نموذجه الاتصالي الجماهيري باعتبار أن الاتصال الجماهيري عملية نفسية معقدة تحتاج إلى عوامل متعددة لفهمها، ويتكون نموذجه من العناصر الكلاسيكية التالية[2]:

١. المتصل.
٢. الرسالة.
٣. الوسيلة.
٤. المتلقي.
٥. رجوع نوع من الضغوط من الوسيلة وتصور المتلقي للوسيلة، والتي تقع ما بين عنصري الوسيلة والمتلقي، وأضاف كذلك نوع من الضغوط أو الكوابح الصادرة عن الرسالة والصادرة من الوسيلة والمؤثرة في المتصل.

من جهة أخرى فقد اهتم مالتيزك بالعديد من العوامل النفسية والاجتماعية التي تؤثر في المتصل مثل تصور المتصل أو المتلقي، وكذلك الجماعة التي ينتمي إليها المتصل والمتلقي.

---

1 - مرجع سابق، ص٧٣- ٧٤.
2 - تكنولوجيا الاتصال الجماهيري، د. مجد الهاشمي، ص٧٤- ٧٥

نموذج دي فلور

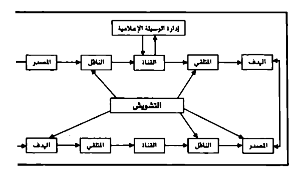
قدم دي فلور نموذجين للاتصال والنموذج المرفق يوضح ذلك والذي ينطلق من تحقيق تماثل المعنى لدى المرسل والمستقبل المتصل والمتلقي، وهذا النموذج يتقارب مع نموذج شانون وويفر، لكن لدي فلور أضاف الإضافات التالية[1]:

١. إبراز العملية الاتصالية

٢. إبراز المصدر والناقل والمتلقي والهدف باعتبارها مراحل منفصلة في العملية الاتصالية.

٣. إبراز القناة من منطلق أنها يمكن أن تكون وسيلة اتصال وتكون في الوقت نفسه أداة للرجع.

٤. أنه جعل التشويش ممكناً حدوثه في أية مرحلة من مراحل عملية الاتصال.



نموذج دي فلور

1 - مصدر سابق، ص٧٦

نموذج الاتصال الإلكتروني

حقق التطور المذهل في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والحاسبات الإلكترونية عن وسائل اتصال حديثة تعتمد على الحاسبات الإلكترونية كوسيلة أساسية لعملها كوسائل الاتصال. وتشهد هذه التطورات الأخرى في مجال الأقمار الصناعية وأشعة الليزر والألياف البصرية والتصوير المجسد ويتم الاتصال عادة بين الأطراف التالية[1]

١ من الأعمال إلى المستهلك

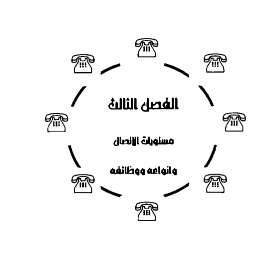
٢ من المستهلك إلى الأعمال

٣ من المستهلك إلى المستهلك

من حكومة إلى حكومة

---

(1) نظريات الاتصال، د. محمد حجاب، دار الفجر، ٢٠٠٠، ص٩٧-٩٨



الفصل الثالث

مستويات الاتصال وأنواعه ووظائفه

تقسم مستويات الاتصال إلى ثلاثة مستويات وهي:

١- مستوى الفرد.
٢- مستوى الموضوع
٣- مستوى العرض

على مستوى الفرد

وهو أنواع:

أولاً- الاتصال الذاتي:

وهو العملية الاتصالية التي تتفاعل وتأخذ مكانها داخل الفرد نفسه وذاته فهذا النوع من الاتصال لا يحتاج إلى شخصين مرسل ومستقبل لكي تتم عملية الاتصال لكل من المرسل والمستقبل شخص واحد فنحن نتكلم مع أنفسنا فنفكر بصوت عال ونضحك ونعاقب أنفسنا ونلومها بالبكاء والعويل والسرور والنموذج التالي يوضح عمليات الاتصال الذاتي:

مرسل ← رسالة ← وسيلة ← مستقبل

مستقبل	وسيلة	رسالة
يسمع	أذن	سمعية
يشم	أنف	رائحة
يرى	العين	صورة
يذوق	اللسان	طعم
يلمس	الحواس	شيء

الاستجابة

سريعة

التأثير

الشكل رقم (١)

أو هو الاتصال الذي يكون بين الفرد ونفسه من خلال إحساسه وتأثيره بمثيرات تحفزه إلى التخيل والتصور والتأمل والتفكر[1].

أو هو الذي يحدث داخل الفرد حينما يتحدث مع نفسه، وهو اتصال يحدث داخل الفرد وعقله، ويتضمن أفكاره وتجاربه ومداركه، ويتضمن الاتصال الذاتي الأنماط التي يطورها الفرد في عملية الإدراك أي أسلوب الفرد في إعطاء معنى، وتقييم للأفكار والأحداث والتجارب المحيطة به[2].

أو هو الذي يتم داخل الفرد نفسه فمرسله الحواس، ومستقبله النبضات الالكتروكيماوية ووسيلته الجهاز العصبي ومستقبله الدماغ[3].

أو هو اتصال يحدث داخل الفرد حينما يتحدث الفرد مع نفسه، وهو اتصال يحدث داخل الفرد وعقله ويتضمن أفكاره وتجاربه ومدركاته والفرد في هذه الحالة المرسل والمستقبل شخص واحد، فالفرد قد يناقش مع نفسه، ما إذا كان سيقرأ أولاً يقرأ كتاباً من الكتب او يشاهد برنامجاً في التلفزيون أو يسمع حديثاً في الإذاعة، ومن المهم ان نعرف ان الاتصال الذاتي يتضمن الأنماط التي يطورها الفرد في عملية الإدراك أي الأسلوب الذي يلاحظ الفرد بمقتضاه ويقيم أو يعطي معنى للأفكار والأحداث والتجارب[4].

بعد هذا العرض عن أبرز تعريفات الاتصال الذاتي فإنني أميل إلى تعريف الدكتورة جيهان رشتي الذي أخذته من "دونالد- وهارالدسون" ويلاك.

---

1 - المعجم الإعلامي، د. محمد جمال الفار، دار أسامة، ٢٠٠٦، ص١١.

2 - نظريات الإعلام، د. حسن مكاوي، ص٢١.

3 - الاتصال مفاهيمه ونظرياته، د. فضل دليو، ص٢١.

4 - الأسس العلمية لنظريات الإعلام، د.جيهان رشتي، ص٩٣

أهمية الاتصال الذاتي:

حظي الاتصال الذاتي باهتمام علماء النفس وهو مستوى يرتبط بالبناء المعرفي والإدراك والتعلم، وكافة السمات النفسية كما وحظي باهتمام علماء الاجتماع باعتباره حلقة هامة تربط ما بين سلوك الفرد والبيئة التي يعيش بها، وهناك العديد من الباحثين الذين تناولوا عملية الاتصال الذاتي من خلال نماذج لعرفهة لعملية الاتصال الذاتي وعناصرها واتجاهاتها وحركتها وخاصة في مجال الإدراك وتشكيل الاتجاهات، وهي عمليات معرفية ونفسية نالت اهتمام الكثير من الباحثين في هذه المجالات[1].

هذا ويعتبر فهم عمليات الاتصال الذاتي من أهم الأسس لفهم عملية الاتصال من منطلق أن ردود أفعال الاتجاه على أي رسالة يستقبلها الفرد في شكل من أشكال الاتصال الأخرى يتوقف على نتائج هذه العملية التي تحدث ذاتياً في جميع المواقف، والتي تتأثر بالمخزون الإدراكي لدى الفرد عن الأشخاص التي يتعرض لها الفرد في عملياته الانفعالية[2].

من جهة أخرى فقد جاء الاهتمام بالاتصال الذاتي من منطلق أن أغلب الناس تهتم بما يحدث في باطنه، وما يحدث للآخرين فنحن نهتم بمعرفة ما يحدث في العالم من حولنا وكيف نضفي المعاني على الأشياء التي نلحظها كما أن الاهتمام بالاتصال الذاتي جاء من خلال معرفة الأسلوب الذي نفكر بمقتضاه وكيف نشعر ونلاحظ ونفسر، والأهم من ذلك كيف نستجيب إلى للظروف المحيطة بنا وكل هذا يستدعي أن نفهم الاتصال الذاتي.

---

1 - مرجع سابق، ص ٢١.

2 - مصدر سابق، ص ٢١

ومن هنا فإن الاهتمام بالاتصال الذاتي جاء من أننا لا نعيش في عزلة عن الآخرين حيث أن جزءاً هاماً من وجودنا يقوم على تفاعلنا مع بعضنا البعض، وهذا كله يعتمد على الاتصال، ولذلك لا بد من فهم عمليات الاتصال مع أنفسنا قبل فهم عمليات الاتصال مع الآخرين لأن أنماط الاتصال التي تجري داخلنا هي الأساس الذي سيحكم اتصالنا مع بعضنا البعض، ولكي نتعلم كيف نشارك مشاعرنا وملاحظتنا وآرائنا مع الآخرين، ولذلك علينا أن نعرف أولاً كيف نتوصل إلى تلك المشاعر والملاحظات والآراء[1].

نماذج الاتصال الذاتي

أولاً- نموذج بروك وويزمان:

اعتبر هذا النموذج كما يقول بروك، وويزمان من أن الكائن الحي ينطلق من منبهات داخلية أي السلوكيات النفسية والجسمية مثل القلق والجوع، ومنبهات خارجية وهذا المنبهات موجودة أصلاً في المحيط الذي يعيش فيه الكائن الحي، والمنبهات نوعان واحدة علنية أو واعية مثل رؤية إشارة المرور، والثانية منبهات خفية لا شعورية كالاستماع للموسيقى.

كيف تنتقل المنبهات للفرد؟

يتلقى الفرد هذه المنبهات في شكل نبضات عصبية تنتقل إلى العقل ثم يختار العقل بعضها ويفكر فيها، ولكن اتخاذ القرار يتطلب عملية تمييز أو إدراك يسبقها عملية إعادة تجميع للمنبهات التي تم اختيارها في مرحلة التمييز ثم يتم ترتيب تلك المنبهات في شكل خاص له معنى عند الفرد القائم بالاتصال، وبعد تجميعها يتم

---

1 - الأسس العلمية لنظريات الإعلام، د.جيهان رشتي، ص٩٢ ولمزيد من الإطلاع انظر مرجع نفسه ص٩١- ١٠١

تلك كود الرموز للمنبهات التي تم تميزها، ويقوم القائم بالاتصال بتحويلها إلى رموز فكرية، وبعد اختيار المنبه تنتقل مباشرة إلى عملية التفكير والتخطيط وتركيب الأفكار، وخلال هذه المرحلة يتم إعادة ربط الدلالات التي تصل بالمعرفة والخبرة السابقة، ثم تنتقل إلى عملية تجميع وتقييم المعلومات التي لها علاقة بالموضوع الذي يهمك وعلى ضوء ذلك تقوم بإعداد الرسالة وهذه المرحلة أطلق عليها التأهب للظهور وخلالها تتاح الفرصة للأفكار لكي تنمو وتتطور لتاخذ أشكالاً واتجاهات يمكن أن تحقق منها الفائدة، وعلى ذلك تصبح الدلالات الفكرية جاهزة لوضعها في كود إلى تحويلها إلى كلمات أو حركات لها معنى، وخلال مرحلة الإرسال النهائية يتم إخراج الكلمات الرمزية والحركية التي وضعها القائم بالاتصال في كود في شكل ملموس عن طريق التحدث أو الكتابة أو الرقص أو ما شابه ذلك حتى يستطيع الجمهور الذي يريد المرسل أن يصل إليه أن يتلقاها.

ومن الجدير بالذكر أن أوجه النشاط تتفاعل وتتأثر بنظرة القائم بالاتصال للحياة وبكل الاعتبارات الشخصية والموروثة والثقافية والاجتماعية كما تتأثر بتجاربه هذا وينتهي الاتصال الذاتي حسب هذا النموذج من خلال التأثير المرتد أو رجع الصدى، وفي هذه الحالة يأتي على شكل استماع الفرد لنفسه، ومن هنا فإن التأثير المرتد الخارجي هو ذلك الجزء من الرسالة الذي يستطيع الأفراد القائمون بالاتصال أن يسمعوه حيث تحمله الموجات الهوائية أي يسمعوا أنفسهم وهم يتحدثون، أما التأثير المرتد للداخل فهو ما يشعر به الفرد في الداخل حينما تتحرك عضلاته أو يتحرك لسانه يسمع التأثير الداخلي المرتد للفرد أن يعدل أو أن يصحح رسالته وإرسالها أثناء العلمية الاتصالية[1].

في الختام يمكننا تلخيص مراحل تطور هذا النموذج على الشكل التالي:

1 - مرجع سابق، ص ١٠٥- ١٠٦

١. فك الكود.
٢. التأهب للظهور.
٣. وضعها في الكود مرة أخرى.
٤. الإرسال النهائي.
٥. التأثير المرتد الداخلي والخارجي.

ثانياً- نموذج ساموبل بويس:

ينطلق هذا النموذج على اعتبار أن الإنسان كأنه مفاعل دلالي، ويركز على ما يفعله الإنسان، وينطلق هذا النموذج من خلال أربعة مجالات تتداخل مع بعضها البعض في نفس الوقت وهي[1]:

١. المجال الكهربائي: وهي ردود الأفعال الكهروكيماوية في الإنسان.
٢. المجال الذي يتحرك ذاتياً ويشتمل على المدركات الحسية والحركات الأتوماتيكية للأعضاء والحركات العمدية أو الهادئة.
٣. الشعور: ويتضمن العواطف والحوافز والاحتياجات والقيم.
٤. التفكير: ويتضمن عمليات فك الكود والاتصال مع الذات.

هذا وقد اعتبر علماء الاتصال أن هذا النموذج ليس أساساً لنموذج الاتصال الذاتي، ولكن يستخدم في شرح الاتصال الذاتي لأنه يصف الأسلوب الذي يدرك الفرد بمقتضاه الظروف المحيطة به، ويفسرها ويتعامل معها وكيف يعطي الفرد لتجاربه معنى بل إنه يشرح ما هو الفرد وما ينتظر أن يكون[2].

---

1 - مرجع سابق، ص ١٠٦
2 - مرجع سابق، ص ١٠٧

ثالثاً- نموذج بولدنج:

صمم هذا النموذج لسلوك الفرد، وقد جاء من منطلق أن كل واحد فينا لديه تصور منظم للعالم منذ مرحلة النمو.

محددات النموذج:

انطلق هذا النموذج من أن الجزء في خدمة الكل ليخلق بناء عاماً له معنى، فالإنسان يحدد علاقاته حسب المساحة والزمن والمكان مع الآخرين حينما نربط أجزاء التصور المختلفة بالتصور الأصلي الذي كونّاه فمدركاتنا عن الآخرين وقبلها عن أنفسنا وعن العالم متصلة مع بعضها البعض بحيث أن تجربة الحياة كلها تلتئم عند كل فرد، ومن هذا المنطلق فكل تجربة جديدة تحدث تجد لها مكاناً في التصور عن العالم، وكل رسالة تمثل مكانها المخصص لها بحيث تعزز التجربة وتدعم التصور الأساسي، ومن هنا فكل تجربة جديدة يتم استقبالها وتفسيرها على الشكل التالي[1]:

١. أن تضيف إلى التصور الحالي معلومات جديدة.

٢. تدعم التصور الحالي.

٣. تؤدي إلى إعادة بناء التصور لدى الفرد ومواقفه بشكل جيد.

هذا ويعتمد التغيير الذي تحدثه تلك التجربة على قوة واستقرار تصورنا الحالي ونوع التجربة التي تتعرض لها، كما أن هذه النماذج ينطبق على الاتصال الذاتي من منطلق أن الفرد يقرر وفقاً للتصورات التي صنعها لنفسه ما سيفعله بالمدركات التي تأتي إليه وكيف يعطي تلك المدركات معنى.

---

1 - الأسس العلمية لنظريات الإعلام، د. جيهان رشتي، ص١٠٨

إن هذه النماذج التي تناولت الاتصال الذاتي شكلت مجموعة من المبادئ التي لها علاقة بنماذج مستوى الاتصال الذاتي أو فكرة الفرد عن ذاته والتي تمحورت حول الجوانب التالية[1]:

١. أن مفهوم الفرد عن نفسه يعتمد على مدركاته عن الطريقة التي يستجيب بمقتضاها الآخرون.

٢. يعمل مفهوم الفرد عن ذاته على توجيه سلوكه.

٣. إدراك الفرد لاستجابات الآخرين حياله يعكس الاستجابات الفعلية للآخرين.

٤. الأسلوب الذي يدرك بمقتضاه الفرد يمكن أن يستنتج افتراضاً خاصاً.

٥. تحديد الاستجابات الفعلية للآخرين على الفرد "مفهوم الذات" كما وأنه أثناء جمعنا للافتراض الثاني والثالث والرابع والخامس نصل إلى الافتراض السادس.

٦. الاستجابات الفعلية للآخرين نحو الفرد ستؤثر على سلوكه، حيث أن هذه الاستجابات الفعلية للآخرين على الفرد هامة جداً في تحديد كيف سيدرك الفرد نفسه وسوف يتأثر أو يؤثر ذلك الإدراك على مفهومه عن ذاته، وهذا بدوره سيوجه سلوكه.

ثانياً- الاتصال الشخصي

مفهومه:

هو الاتصال الذي يكون بين شخصين أو فرد وآخر أو بين مجموعة قليلة من

---

1 - مرجع سابق، ص ١٠٩

الأفراد أو بين مجموعة وأخرى[1].

أو هو العملية التي يتم خلالها الأفراد بتبادل رسائل شخصية وجسدية تساهم في استحداث وبناء علاقات بينهم سلبياً أو إيجابياً وهو اتصال يتم بين مرسل ومستقبل وجهاً لوجه دون استخدام وسائط الاتصال الجماهيري[2].

أو هو العملية التي تحدث يومياً حينما نعطي ونتلقى أوامر أو ندخل في مناقشة أو تتبادل التحيات[3].

أهمية الاتصال الشخصي: لا تختلف عملية الاتصال الشخصي عن الذات كثيراً بل قد لا يمكن فصلها، فالاتصال ليس مجرد مجموعة من الوظائف المنفصلة، ولكنه عبارة عن شبكات متصلة ومتداخلة ومتفاعلة، وليس لها بداية أو نهاية أي أن الاتصال ليس له حدود، ويتيح الاتصال الشخصي التفاعل بين شخصين أو أكثر في موضوع مشترك ونتيجة الاتصال تتكون وتتشكل العلاقات الحميمة والصداقات بين الأفراد ويتيح هذا النوع من الاتصال فرصة للتعرف الفوري والمباشر على تأثير الرسالة، ومن ثم تصبح الفرصة أمام القائم بالاتصال سانحة لتعديل رسالته وتوجيهها بحيث تصبح أكثر فعالية أو قناعة[4].

كما وتكمن أهمية الاتصال الشخصي حينما يكون تفاعل بين نظامين ذاتيين أو أكثر فأنت حينما تتحدث إلى صديق تعتبر نظاماً ذاتاً، ولكن النظامين يتفاعلان ويكونان نظام الاتصال الشخصي، وكل نظام ذاتي يتأثر عندما يتفاعل مع النظام الآخر، وسيجد نفس العناصر الموجودة في الاتصال الشخصي ينطوي أيضاً على عملية بين فردين، فالاتصال الشخصي ينطوي أيضاً على عملية وضع الفكر في

---

1 - المعجم الإعلامي، د. محمد جمال الفار، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦، ص١١

2 - تكنولوجيا الاتصال الجماهيري، د. مجد الهاشمي، دار أسامة، ٢٠٠١، ص٣٧.

3 - الأسس العلمية لنظريات الإعلام، د. جيهان رشتي، ص١٢١.

4 - الاتصال، صالح أبو أصبع، ص١١- ١٥، وكذلك انظر نظريات الإعلام، د. حسن مكاوي، ص٢٢

كود وعملية فك الكود "ذاتي" وبين الأفراد "شخصي"[1].

وأجمع علماء الاتصال بأن الاتصال الشخصي أو الوجاهي يحقق ما يأتي[2]:

١. انخفاض تكلفة الاتصال الشخصي بالقياس إلى الوسائل الأخرى، ويتطلب ذلك جمهوراً معروفاً ومحدداً وغير مشتت.
٢. إمكانية استخدام اللغة المناسبة لمستوى الأفراد الذين تتحدث إليهم.
٣. سهولة تقدير حجم التعرض للرسالة.
٤. تلقائية الاتصال التي تظهر بوضوح في المحادثات غير الرسمية واللقاءات العابرة.

نماذج الاتصال الشخصي

من أشهر النماذج الاتصالية الشخصية التي عرفها الفكر الاتصالي كل من:

نموذج روس

انطلق النموذج من خمسة متغيرات، حيث وجد أن هذه المتغيرات تؤثر على الاتصال بين الأفراد وانبثق نموذجه من المحاور التالية:

١. المرسل "أ" يحول منبهات المعلومات التي تأتي إليه إلى أفكار ينقلها في شكل رسالة تهدف للوصول إلى "ب".
٢. يتم نقل الرسالة بواسطة وسيلة إلى المتلقي "ب".
٣. يستجيب "ب" بتحويل تلك المنبهات أو إعادة فكرة المرسل الأصلية، واستجابة "ب" توفر للمرسل رجع الصدى.

---

1 - مرجع سابق، ص ١٢١.

2 - الاتصال ومفاهيمه، د. علي عجوة وآخرون، ص٢٧، وكذلك انظر مرجع سابق ص ٢٢.

كيف تحدث عملية الاتصال الشخصي على ضوء نموذج روس؟

١. حينما يبدأ المرسل في تلقي المعلومات من خلال تفهم المنبهات ثم يبدأ وضع فكرة في الكود.

٢. اختيار المنبهات التي تتفق مع وجهات نظر المرسل أي التي تناسبه واستبعاد المنبهات التي لا تناسبه، ومن هنا يعمل الظرف الذي يحدث فيه الاتصال كمؤثر يحدد المعنى الفعلي للفكرة، ويتضمن الظرف استيعاب المرسل للأفكار التي تقدمها الرسالة على ضوء تجربته السابقة حيال تلك المعلومات ومشاعره، واتجاهاته وعواطفه في وقت الإرسال.

٣. يتم نقل الرسالة على شكل منبهات من خلال قنوات معينة بأسلوب ما أي بوسائل معينة تحمل الرسالة إلى المتلقي حيث يتفهم المتلقي منبهات الرسالة ويستوعبها ويفك كودها لكي يقوم بتفسيرها، ويتضمن عملية فك الكود اختيار أو انتقاء المنبهات التي تتفق مع ثقافة المتلقي، وتعمل الثقافة في مثل هذا الظرف أو المناخ العام كمؤثر يحدد المعنى الفعلي للرسالة، وتتكون الثقافة من معرفة المتلقي لمعلومات الرسالة ومن تجربته السابقة.

٤. بعد أن يفسر المتلقي الرسالة سوف يستجيب لها، وهذا الاستجابة في رجع الصدى أو التأثير المرتد الذي يعرف المرسل بفضله الرسالة إلى هدفها حيث أن رجع الصدى يتكون من رد فعل المتلقي ويحول الداخلي والخارجي كمستمع والإشارات أو الأعمال التي يقوم بها استجابة على الرسالة.

إن المهمة الرئيسة في نموذج روس هو الظرف وهو يؤثر في وضع الفكر في الكود وفي عملية فك كود الرسالة، كما أن اللغة وترتيب ما يقال واستخدام الصوت هي كلها مؤثرات تؤثر على الرسالة، ويؤكد روس أن الظرف أو المناخ العام للحالة التي يحدث فيها الاتصال هو مصدر قوة نموذجه ويتضمن المناخ والمعرفة

والتجارب السابقة ومشاعر واتجاهات وعواطف كل من المرسل والمستقبل، هذا وقد أدخل روس على نموذجه الرموز واللغة والكود وترتيب المعلومات والصوت ويسمى هذا المناخ العام للحالة أو الظرف الاتصالي وهذه المنبهات كلها تشكل إطار الحدث الاتصالي[1].

نموذج ديفيد بيرلو

نشر ديفيد بيرلو نموذجه الاتصالي ذو الاتجاهين سنة ١٩٦٠ ويقوم هذا النموذج على افتراض أن الفرد يجب أن يفهم السلوك البشري حتى يستطيع أن يحلل عملية الاتصال والعناصر الرئيسة، والعناصر الرئيسة للاتصال في هذا النموذج تشكلت من:

١. المصدر.
٢. اتجاه المصدر.
٣. الرسالة.
٤. الوسيلة.

هذا وقد اعتبر خبراء الاتصال أن نموذج بيرلو لا يتضمن رجع الصدى أو تأثيره المرتد، ويبدو أن هذا النقص هو مصدر ضعف كبير في هذا النموذج، كذلك فإن النموذج لا يؤكد حقيقة أن الاتصال عملية ولو أن بيرلو لا يتجاهل هذا في مناقشته للنموذج[2]. وفي هذا الصدد يقول بيرلو " حينما نريد تحليل عمليات الاتصال نحن نفتتها لأننا مضطرون للتحدث عن المصادر أو الرسائل أو الوسائل للمتلقين لكن علينا أن نعرف ما نفعله فتحت نجمد العملية مضطرون ولكننا يجب أن لا نخدع أنفسنا ونؤمن بأن الاتصال يحدث بالإعداد[3].

---

1 - مرجع سابق، ص ١٢٢.
2 - مرجع سابق، ص ١٥٣.
3 - مرجع سابق، ص ٣٧.

هذا وقد عرف نموذج بيرلو باسم SMCR وهذه الأحرف اختصار للنموذج على الشكل التالي[1]:

١- المصدر وقد يكون إذاعة وتلفزيون، صحافة، مؤسسات، بحث، حكومات، مؤسسات اجتماعية — Source :

٢- وقد تكون رموز، كلمات، صور. — Message :

٣- الوسائل المطبوعة أو الإلكترونية. — Channel :

٤- الجمهور العام، الجمهور الخاص. — Receiver :

مميزات الاتصال الشخصي

يمتاز الاتصال الشخصي بأنه من أقوى أنماط الاتصال ومستوياته تأثيراً وإقناعاً وذلك للأسباب التالية[2]:

١. يسير في اتجاهين أو مسربين: فعملية الاتصال الشخصي هي عملية تبادل تتيح للمشتركين في الاتصال تبادل أو تقاسم الأدوار إرسالاً واستقبالاً وسؤالاً أو جواباً وأخذاً وعطاءً وإقناعاً أو اقتناعاً حتى يتحقق الهدف الكلي من الاتصال.

٢. تكوين الاستجابة الفورية أو المباشرة مما يساعد المرسل على معرفة ما إذا استلمت رسالته وفهمت من قبل المستقبل أم لا.

٣. يحدث الاتصال الشخصي في جو اجتماعي تفاعلي عن طريق وجود المرسل والمستقبل في نفس المكان والزمان، ما عدا في حالة الاتصال الوسيطي الذي سنتحدث عنه لاحقاً فوجود المرسل والمستقبل في نفس المكان والزمان يتيح

---

1 - مرجع سابق، ص ٣٧.

2 - تكنولوجيا الاتصال الجماهيري، د. مجد الهاشمي، ص ٣٧- ٣٨.

نه فرصة التعارف فيما بينهم عن قرب ورفع حواجز التكلفة وإضفاء جو من الود على الاجتماع وتقوية العلاقات الشخصية عن طريق بناء جسور الثقة والألفة فيما بينهم.

٤. يتيح الفرصة للمشتركين في الاتصال تحديد أهدافهم المشتركة وتطويره وتعديل رسائلهم الاتصالية عن طريق زيادة وحذف أو اكتشاف معلومات جديدة ذات قيمة عالية بالنسبة لهم.

٥. يمنح المرونة أثناء عملية الاتصال فالمشتركون في الاتصال يتحققون من رسائلهم قبل بثها ويردون عليها بدقة ويستخدمون الوقت بشكل كافٍ لتعديل رسائلهم الاتصالية أو عرضها بأكثر من أسلوب حتى يتحقق الهدف الكلي من الاتصال بالفهم والمشاركة والتقاء العقول، ومن ثم التأثير المطلوب.

٦. يستخدم في عمليات الضغط الاجتماعي كما هو الحال في عمليات التعذيب والتحقيق والاستجواب بحيث يمتنع المشاركون بالاتصال عن وقف أو قطع العملية الاتصالية.

٧. أن يتم بحضور الحواس الإنسانية لدى المشاركين في الاتصال بحيث يستمعون إلى بعضهم ويتبادلون النظرات والمعلومات بشكل منطوق ومكتوب وإشارات ولغة جسم أي أن قنوات الاتصال الشخصي هي الحواس الإنسانية بشكل خاص السمع والبصر واللمس.

٨. مساهمته بالمشاركة الإيجابية الاجتماعية بين المشتركين في الاتصال كالحفلات والندوات والزيارات والمظاهرات والمهرجانات والصلوات الجماعية والمناظرات والتعليم في شتى مراحله.

٩. أكثر وسائل الاتصال إقناعاً.

ثالثاً- الاتصال الوسيط

هو أحد أنماط الاتصال يتم بين نوعين من الاتصال، الاتصال المواجهي بين الأشخاص الذي يتم وجهاً لوجه، وبين الاتصال الجماهيري الذي لا تتم فيه مثل هذه المواجهة المباشرة، ويعرف بأنه الاتصال السلكي من نقطة إلى أخرى مثل الهاتف والتلكس والراديو المتحرك والأفلام العائلية والتلفزيون ذات الدوائر المغلقة والنت..[1].

كما وعرف الاتصال الوسيطي بأنه الاتصال الغير مباشر، وهو الاتصال الذي يستعين المرسل بوسيط أو وسيلة لنقل رسالة إلى الجمهور سواء أكان ذلك الوسيط سمعياً أو بصرياً[2].

وقد أطلق بعض الباحثين على هذا الاتصال[3] الوسيطي لأنه يحتل مكاناً وسطاً بين الاتصال الوجاهي والاتصال الجماهيري، ويشمل هذا النوع على الاتصال السلكي من نقطة إلى أخرى مثل الهاتف والتلكس ... ويشبه الاتصال الوسيطي الاتصال الوجاهي من حيث قلة عدد المشاركين في الاتصال، وفي الغالب يكون المتلقي شخصاً واحداً، وكذلك يكونون معروفين للقائم بالاتصال، وتكون الرسالة ذات طابع خاص فهي محظورة على التعميم والمشاركون فيه عادة ذو ثقافة مشتركة ومرتبطون باتصال شخصي وغالباً ما يكون الاتصال غير محكم البناء .

---

1 - الاتصال الجماهيري، د. مجد الهاشمي، ص ٢٨.
2 - المعجم الإعلامي، د. محمد جمال الفار، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦، ص١١
3 - مهارات الاتصال، د. صالح أبو إصبع، ص ١٧- ١٨ وانظر كذلك نظريات الإعلام، حسن مكاوي، ص٢٢.

خصائص الاتصال الوسيط

١. يكون الاتصال الوجاهي بين الأشخاص إذ أن أغلب المتلقين للرسالة وعددهم قليل في الأغلب حيث يكون المتلقين معروفون للمتصل وتكون الرسالة ذات طابع خاص فهي محظورة على الغير وغالباً ما يكون الاتصال الوسيط غير محكم البناء.

٢. يمتلك الاتصال الوسيط خصائص الاتصال الجماهيري الذي سنتحدث عنه لاحقاً إذ يمكن أن يكون جمهوره غير متجانس ويمكن أن يكون المشاركون فيه بعيدين في المكان وعن بعضهم البعض حيث يستقبلون الرسالة نفسها في أماكن متعددة وكذلك فإن الرسالة تنتقل بسرعة وتصل الأفراد في آن واحد وقد يكون المتصل شخصاً عادياً أو يكون عاملاً في مؤسسة أو لا يكون إلا أنه يستخدم قنوات اتصال باهظة الثمن وهذا الاتصال مثل الاتصال الجماهيري يتم فيه استخدام معدات الاكترونيكانيك في نقل الرسالة[1].

رابعاً- الاتصال العام

هو وجود الفرد مع مجموعة من الأفراد كما هو الحال في المحاضرات الندوات والأمسيات الثقافية وعروض المسرح ويتميز التفاعل بين أعضائه، وهذا النوع من الاتصال يمتاز بالارتفاع وبوحدة الاهتمام والمصلحة والالتقاء حول الأهداف العامة ويضم أعضاء الجماعة تنظيم داخلي، وإن كان غير رسمي وعادة ما يتم هذا

[1] - مهارات الاتصال، د. صالح أبو إصبع، ص ١٧- ١٨ وانظر كذلك نظريات الإعلام، د. حسن مكاوي، ص٢٣.

النوع من الاتصال في أماكن التجمعات أو تلك التي تتم خصيصاً لهذه الأغراض[1]

خامساً- الاتصال الجمعي

ويحدث هذا الاتصال بين مجموعة من الناس مثل أفراد الأسرة وزملاء الدراسة أو العمل أو جماعات الأصدقاء لقضاء وقت الفراغ أو التحادث أو اتخاذ قرار أو حل مشكلة حيث تتاح فرصة المشاركة للجميع في الموقف الاتصالي[2].

على مستوى الموضوع

أولاً- الاتصال الدبلوماسي

فقد عرفه مهنو على أنه الرموز والرسائل المتبادلة المتأثرة بالنظام السياسي أو المؤثرة فيه وتقوم المؤسسات الاتصالية والإعلامية بتقديمها للجمهور، فيما عرفه سكدسون بأنه أي عملية نقل لرسالة يقصد بها التأثير على استخدام السلطة أو الترويج لها في المجتمع، فيما عرفه ماكيز بأنه اتصال هادف يتعلق بالسياسة هذا وعرفه محمد بن سعود البشر بأنه النشاط السياسي الموجه الذي يقوم به الساسة وينقله الإعلاميون للجمهور ويعكس أهدافاً سياسية محددة تتعلق بقضايا البيئة السياسية وتؤثر في الحكومة أو الرأي العام أو الحياة الخاصة للأفراد والشعوب من خلال وسائل الاتصال المتعددة[3].

---

1 - مرجع سابق، ص٢٣.

2 - نظريات الإعلام، د. حسن مكاوي، ص٢٢.

3 - نظريات الاتصال، د. محمد منير حجاب، دار الفجر، ص١١٣.

وظائف الاتصال الدبلوماسي

يعتبر الاتصال الدبلوماسي فرعاً من فروع الاتصال السياسي وتنحصر وظائفه في المحاور التالية:

١. القيام بتغطية الأحداث الدبلوماسية بشكل دقيق وصحيح وشامل بما يعطيها معناها الحقيقي.
٢. تقديم الخلفيات والتفسيرات التي توضح الأحداث الدبلوماسية وتضعها في سياقها السليم.
٣. طرح كافة الآراء حول القضايا الدبلوماسية وعدم الاكتفاء بما تراه السلطة او اي فئة اخرى ومساعدة الجمهور من خلال الحوار والنقاش على أن تصبح لديهم القدرة على التمييز والاختيار بين النافع والضار.
٤. السعي لحث الجماهير على المشاركة في إدارة مجتمعاتها وتزويدها بإدراك كيف يمكنها من الإسهام في اتخاذ القرارات.
٥. الإسهام في دعم ومؤازرة القضايا الدبلوماسية الشاملة للمجتمع وأغراضها في كل المجالات[1].

ثانياً- الاتصال السياسي

هو النشاط السياسي الذي يقوم به الساسة والإعلاميون وأفراد المجتمع ويعكس اهدافاً سياسية محددة تتعلق بقضايا البيئة السياسية وتؤثر في الرأي العام والحياة الخاصة للأفراد والشعوب من خلال وسائل الاتصال المتنوعة، وهو يعكس نشاط النخب السياسية داخل الحكومة وخارجها الذين يتخذون من وسائل الاتصال منبراً لإيصال أصواتهم للشعب أو نشاط الإعلاميين الذين يشاركون السلطة في

---

1 - مرجع سابق، ص ١١٢- ١١٤.

صناعة القرار وفي العملية السياسية، وقد يشارك أفراد المجتمع في العملية السياسية، من خلال مشاركتهم بوسائل الاتصال المختلفة في حالة الإعلام كوسيلة اتصال بين الحكومة والجماهير لعرض همومهم ومشاكلهم التي تشغل الكثيرين من الجماهير لأهميتها القصوى.

إن الاتصال السياسي يرفع حالة الوعي السياسي للأفراد في الدول الديمقراطية وهو في معناه الدولي معني بخلق السياسات التي يمكن أن تؤثر في علاقات السلطة بين الدول ذات السيادة، فهو تبادل الرموز العامة التي تشكل السياسات، وهذه التصورات بدورها تحكم الإدارك الدولي.

ماذا نعني بالاتصال السياسي؟

هو الطريقة التي تقوم بها الظروف السياسية بتشكيل نوعية الاتصال وكميته من جهة وهو من جهة أخرى هو الطريقة التي يمكن أن تقوم الظروف بتشكيل السياسة، فقد عرفه كل من بليك وهاردسون بأنه: هو الاتصال الذي له تأثيرات واقعية أو محتملة على عمل الدولة السياسي أو أي وحدة سياسية وهو من أهم عناصر السلطة[1].

هذا وقد قسم علماء الاتصال السياسي جماهير الاتصال السياسي إلى قسمين:

١. النخب السياسية: وهذه الفئة تتأثر بطبيعة القضايا المهمة التي تشغلها.
٢. عامة الناس: حيث أن أغلب هذه الشريحة ليس لها ولاءات سياسية وغير مهتمة بالمشهد السياسي ولا بالمشاركة السياسية وقد أطلق العلماء على هذه الشريحة «بالأغلبية الصامتة».

---

١ - مرجع سابق، ص ١١٥ - ١١٦

أهداف الاتصال السياسي

تتبع أهداف الاتصال السياسي من ما يلي:

١. توصيل الخطاب السياسي الرسمي والشعبي للرأي العام.

٢. مراقبة أعمال السلطة السياسية والمساهمة في التنشئة السياسية والتنمية السياسية.

٣. تفسير وتحليل الأحداث السياسية الساخنة والباردة معاً.

٤. المشاركة مع الرأي العام وخاصة في أوقات الأزمات المحلية والإقليمية والدولية.

ثالثاً - الاتصال السياحي

تعريف الاتصال السياحي: هو تلك العملية الهادفة إلى نقل وتبادل المعلومات والأفكار والحقائق السياحية بين طرفي عملية الاتصال باستخدام وسائل ورموز محددة خلال إطار موقفي يجمع بينهما بغرض تحقيق التفاعل والتفاهم المتبادل من أجل زيادة الوعي السياحي من ناحية والمساهمة في تدفق السائحين وزيادة الإشغالات الفندقية[1].

وبالمجمل فإن نجاح الاتصال السياحي يقاس بمدى قدرته على تحقيق التفاهم والتقارب بين الشعوب انطلاقاً من طبيعة السياحة كظاهرة حضارية وكإحدى وسائل الاتصال الثقافي بين الأمم والشعوب.

---

١ - مصدر سابق، ص ١١٤-١١٥.

على مستوى الهدف

قسم الباحث الاتصالي محمد حجاب الاتصال وفقاً للغرض أو الهدف إلى ما يأتي[1]:

أولاً - الاتصال الإقناعي

فقد عرفه بأنه مصطلح مركب من كلمتي Persuasion، Communication، فالمعنى اللغوي لهذا المصطلح من مادة قنع أي أثر واصطلاحاً فقد عرفته ليلى داوود: بأنه آلية لتكوين وتشكيل الآراء والاتجاهات والمواقف، فالموقف هو حصيلة التعاملات والتجارب اليومية للإنسان في علاقته مع الآخرين، كما وعرفته جوديت لازار بأنه الفعل الذي يستند إلى مساع معمولة من أجل تغيير سلوك عن طريق علاقات وتبادلات رمزية.

ومن هنا فإن الاتصال الإقناعي يختلف عن الجماهيري فهو يضيف إلى نماذج الاتصال أو العملية الاتصالية ممارسة الضغط الذي يوجه إلى سلوك المستقبل كما أن شبكات الاتصال الإقناعي تختلف عن الجماهيري من حيث التصميم وحتى بالنظر إلى فئة الأهداف من منطلق أن الاتصال الجماهيري هو اتصال عام مرتبط بالحياة الاجتماعية بينما الإقناعي يكون محدد الخصائص ومصمم لظروف محددة سلفاً قد يفقد فعالياته مع زوال هذه الظروف.

ثانياً - الاتصال التسويقي

تعريفه: هو عملية توصيل فعالة لمعلومات المنتج وأفكاره إلى الجماهير

---

1 - نظريات الاتصال، د. محمد حجاب، ص ٩٨- ٩٩

المستهدفة[1].

لقد ظهر هذا المستوى من الاتصال عندما أصبحت مشكلة تسويق إنتاج المؤسسات والمنشآت التسويقية أي أن هدفه إنتاج أسواق وليس إنتاج سلع، ويعتمد الاتصال التسويقي على الاتصال الجماهيري فهو يرتبط بالاتصال الوجاهي وكذلك يرتبط بمفهوم التأثير الاجتماعي ارتباطاً عضوياً.

هذا وقد اعتبر علماء الاتصال أن الاتصال التسويقي يتشكل من الجوانب التالية[2]:

١. الدعاية والإعلان.
٢. الترويج البيعي: وهي محفزات قصيرة لأجل تشجيع التعامل مع الخدمة مثل الهدايا والعروض.
٣. العلاقات العامة: ويتم ذلك من خلال عقد الندوات والمحاضرات والاجتماعات والاحتفالات.

كما وأن خطوات الاتصال التسويقي تنطلق من المحددات التالية:

١. اختيار الفئة المستهدفة: وتكون من المستهلكين الحاليين والمستقبليين.
٢. تحديد الأهداف وهي النتائج المنتظرة من طرف المؤسسة وتكون غالباً السلع الاستهلاكية.
٣. محتوى الرسالة: حيث يتم تسليط الضوء على كيفية إقناع المستهلك من خلال الإقناع والأحاسيس.
٤. مصدر الرسالة: أي القائم بالرسالة أو القائم بالاتصال التسويقي.

---

1 - مرجع سابق، ص ١٠٣.
2 - مرجع سابق، ص ١٠٤.

٥. تحديد الموازنة: أي المبالغ المرصودة للترويج عن السلطة المراد تسويقها.

ثالثاً- الاتصال الثقافي

تعريفه: هو نوع من أنواع التبادل بين الثقافات يحدث تداخل أو امتزاج بين مجتمعين أو جماعتين أكثر ينتميان إلى ثقافات مختلفة لكل منها تراث ثقافي متمايز عن تراث الآخر[1].

نشأة الاتصال الثقافي: لقد تمكن العالمان الاتصاليان البريطاني «مالينوفسكي» والأمريكي «ليتيون» في توظيف نظرية التثاقف أو التبادل أو الاتصال الثقافي ومن الجدير بالذكر أن جذور هذه النظرية بدأت في العقدين الثاني والثالث من القرن الماضي على يد «فوديمستي» والتي رأى من خلالها أن الثقافات القوية تنتشر بسبب التفوق التكنولوجي أو السلطة السياسية.

ومن جهة ثانية فقد أطلق عليه عالم الاتصال «سيترام» بأنه الاتصال عبر الثقافات والذي قصد به عملية تبادل الأفكار والمعاني بين الشعوب التي تنتمي إلى قطاعات مختلفة.

رابعاً - الاتصال التنظيمي

وهو الاتصال الذي يتم في المؤسسات فيما بينها وبين جماهيرها الداخلي والخارجي، والاتصال التنظيمي معني أساساً بالاتصال الداخلي للمؤسسات من خلال نشر المعلومات بين أفراد المؤسسة وجماهيرها وأبرز وسائل الاتصال التنظيمي تتم من خلال[2]:

1 - نظريات الاتصال، د. محمد حجاب، ص ١٠٥- ١٠٦.

2 - مرجع سابق، ص ١١١- ١١٢.

١. الاتصال الشخصي.

٢. الندوات والمحاضرات.

٣. اللجان الاستشارية.

٤. البريد.

٥. التقارير الميدانية.

٦. الدراسات المسحية.

٧. تحليل ما تقوله وتنشره وسائل الإعلام.

كما وهناك وسائل تستخدمها المؤسسات كمخرجات تتمثل في الوسائل التالية:

١. الاتصال الوجاهي.

٢. الهاتف.

٣. البرقيات والفاكس.

٤. الرسائل والبريد الإلكتروني.

٥. وسائل الاتصال الجماهيري.

٦. الإشاعات.

وبالمجمل فقد عنت بحوث الاتصال التنظيمي بدراسة أساليب الاتصال التنظيمي في المؤسسة وشبكة المعلومات فيها وكذلك السلوك الاتصالي بين أعضاء المؤسسة وكذلك عمليات التغذية الراجعة وتأثير التدريب الاتصالي في أداء الأفراد والمؤسسات[1].

---

[1] - مرجع سابق، ص ١١٢.

وظائف الاتصال

حدد علماء الاتصال وظائف الاتصال ضمن معايير متنوعة فتارة يتم التركيز على وظائف المرسل أو الموجه للرسالة وتارة يتم التركيز على المستقبل أو المتلقي للرسالة الإعلامية وعلى ضوء ذلك تحددت وظائف الاتصال من طرف المرسل من خلال الوظائف التالية[1]:

١. وظيفة الأخبار والنشر وهذه الوظيفة أنيطت بالإعلام.
٢. الوظيفة التعليمية.
٣. الترفيه.
٤. الإقناع.

الوظائف المتعلقة بالمستقبل

تنحصر أهداف المستقبل بما يلي[2]:

١. تعلم ما يحيط بالبيئة من ظواهر.
٢. تعلم واكتساب مهارات جديدة.
٣. الاستمتاع والاسترخاء والهرب من مشاكل الحياة اليومية.
٤. الحصول على معلومات جديدة تساعده في اتخاذ القرارات والتصرف بشكل مقبول اجتماعياً.

وبالمناسبة فإن هذه الوظائف تختلف من مجتمع لآخر تبعاً لاختلاف الظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية.

هذا وقد أجمعت الدراسات الاتصالية وبحوث الاتصال بالجماهير أن وظائف

---

1 - مرجع سابق، ص ٦٢
2 - مرجع سابق، ص ٦٣

وسائل الاتصال الجماهيرية انحصرت وظائفها في ثلاث وظائف[1]:

١. الوظائف الفردية مقابل الوظائف المجتمعية.
٢. وظائف المحتوى مقابل وظائف الوسيلة.
٣. وظائف بارزة مقابل وظائف مطمورة.
٤. وظائف مقصودة وغير مقصودة.

الوظيفة الأولى:

الوظائف الفردية مقابل الوظائف المجتمعية: هناك تباين واضح في الوظائف التي تقدمها وسائل الاتصال للفرد مقارنة مع المجتمع، وهذا بالتالي يقودنا إلى طرح الأسئلة التالية:

- ماذا يفعل الناس بوسائل الاتصال؟
- وما هي الإشباعات التي يبحثون عنها؟
- وهل تساعد وسائل الاتصال في تحقيق الرغبات واحتياجات الأفراد أم لا؟

ومن هذا المنطلق فإن دور وسائل الاتصال في الوظائف المجتمعية يجب أن ينصب في كيفية المحافظة على استقرار وثبات المجتمع؟ أو كيف تعمل على التغيير المجتمعي؟ وما هو الدور الذي تلعبه؟

وبالمقارنة مع الدور الذي تلعبه وسائل الاتصال مع الفرد، وعلى سبيل المثال فعندما نطرح قضية مثل قضية تنظيم الأسرة فعلى المستوى المجتمعي علينا أن نسأل أي افضل الوسائل المناسبة فعالية وأماناً لضبط المعادلة السكانية المحلية والعالمية؟

أما على المستوى الفردي وخاصة بالنسبة لموضوع تنظيم الأسرة على سبيل المثال فلا بد لوسائل الاتصال أن تهتم بالظروف التي يعيشها هذان الزوجان والفروق

---

1 - نظريات الإعلام، د. حسن مكاوي، الدار العربية للنشر، ٢٠٠٩، ص ١٩- ٥٢.

الثقافية والفكرية بينهما وأفضل الطرق لإقناعهم على سبيل تنظيم الأسرة.

الوظيفة الثانية:

وظائف المحتوى مقابل وظائف الوسيلة: عند دراسة وظائف وسائل الاتصال علينا أن نفرق ما بين المضمون والمحتوى الذي تعرضه الوسيلة، وبين خصائص الوسيلة ذاتها، فهناك بعض الوظائف التي ترتبط ارتباطاً بمحتوى وسائل الاتصال، ووظائف أخرى ترتبط بنوع الوسيلة المستخدمة أو بظروف الاستخدام وليس بالمحتوى، فعلى سبيل المثال حينما نتحدث عن وظيفة توجيه التصويت الانتخابي في وسائل الاتصال نلاحظ الاهتمام بتقديم معلومات عن الدوائر الانتخابية والقضايا المثارة ونوعية المرشحين واتجاهاتهم، وهذا بالطبع يساعدنا على تحديد كيف تتم عملية التصويت وكيف نمارسها، ومن هذا المنطلق يكون المحتوى أكثر أهمية من الوسيلة أو الشكل.

الوظيفة الثالثة:

وظائف ظاهرة مقابل كامنة: اعتبر علماء الاتصال أن الوظائف الظاهرة هي الوظائف الواضحة لوسائل الاتصال والتي يتم إدراكها تماماً حينما تستخدم في وسائل الاتصال كالأخبار والتثقيف والتعليم والتوجيه والترفيه والإقناع بينما الوظائف المطمورة أو الكامنة فهي الوظائف الخفية التي يعيها أو يدركها أو يفكر بها عدد قليل من المتلقين.

الوظيفة الرابعة:

الوظائف المقصودة وغير المقصودة: وهذه الوظائف شبيهة بالوظيفة السابقة، فالوظائف المقصودة وغير المقصودة قد تحدث تشويشاً للمصدر أو المتلقي، ومن هذا المنطلق فإن المرسل عليه مسؤولية كبيرة في دراسة هذا الأثر والذي قد يؤثر عليه

سلباً أو إيجاباً ومن اكثر الأمثلة على هذه الوظائف هو نظرية التنافر، والتي ترى أن كل فرد منا لديه قدر من الضغوط الداخلية التي تجعل اتجاهاتنا ومعتقداتنا وأفعالنا منسجمة أو متوافقة، وحين يحدث التنافر بين الأفكار والاتجاهات والسلوك فنحن نسعى بوعي أو بغير وعي على استعادة التوافق.

وظائف الاتصال بالنسبة للمجتمع

أصبحت وسائل الاتصال من أهم مقومات الحداثة والعصرنة، ولهذا من الصعوبة بمكان أن تتخيل وجود مجتمع حديث ومعاصر بلا وسائل اتصال، كما أن وسائل الاتصال لا يمكن أن تدار بكل إمكانياتها بدون المجتمع الحديث ومن هنا فإننا نصبح عاجزين أن نقرر أيهما السبب وأيهما الأثر بمعنى آخر نطرح السؤال التالي:

هل المجتمع المعاصر يؤدي إلى وجود الاتصال والإعلام المعاصر؟

وهذه الفرضية الجدلية ليست مهمة وإنما الأهم هو كيف يخدم كل طرف الآخر وما هي الوظائف التي يقدمها كلاهما للآخر؟

ومن خلال تصفح الأبحاث الاتصالية المتخصصة تبين لنا وجود إشكاليات حول عدم الاتفاق على وظائف الاتصال بالمجتمع، كما وتبين وجود خلط بين لوظائف والتأثير، فأحياناً تهتم الوظائف بالدور العام الذي تؤديه وسائل الاتصال المقابل نرى أن التأثيرات هي نتائج تحدد هذه الأدوار العامة، وهذا بالتالي يقودنا إلى لاطلاع على أبرز الدراسات في هذا المجال[1]:

- عالم الاتصال لازسويل توهو من أوائل علماء السياسة والاتصال الذين اهتموا بالوظائف المجتمعية للاتصال، وقد حدد لازسويل أربع وظائف لوسائل الاتصال

- لمزيد من الاطلاع انظر مرجع سابق، ص ٥١- ٥٦.

افترض وجودها في جميع المجتمعات وهي:

١. مراقبة البيئة.

٢. ترابط أجزاء المجتمع في الاستجابة للبيئة.

٣. نقل التراث الاجتماعي عبر الأجيال.

٤. الترفيه.

كما وحدد علماء الاتصال وعلى رأسهم لازرسفيلد وميرتون مجموعة من الوظائف العامة لوسائل الاتصال في المجتمع وقد انحصرت هذه الوظائف فيما يلي[1]:

١. التشاور وتبادل الآراء: أي أن وسائل الاتصال تقوم بهذه المهمة لإضفاء الشرعية على أوضاع المجتمع.

٢. تدعيم المعايير الاجتماعية: أي المساعدة في إعادة التأكيد على المعايير الاجتماعية من خلال معاقبة الخارجين عن هذه المعايير فهناك غالباً فجوة ما بين القيم الأخلاقية العامة في المجتمع والسلوك الخاص لبعض الأفراد بعبارة أخرى، هناك فجوة ما بين ما نقول ونؤمن به، وبين ما نفعله في الواقع هذه الانحرافات يمكن التسامح بها أو معها معظم الوقت ما لم يتم فضحها، فالنشر يسبب التوتر والأخير يؤدي إلى التغيير، وبالتالي لا بد من المحافظة على المعايير والقيم.

٣. التخدير "الخلل الوظيفي": لقد أدرك "لازرسفيلد وميرتون" كما سبق وان أدرك "لازويل" ان وسائل الاتصال يمكن ان تسبب خللاً وظيفياً أي تحدث آثاراً غير مرغوب فيها للمجتمع، ولكنهما أكدا على نوع مختلف من الخلل الوظيفي وهو ما سموه بالتخدير ويحدث ذلك من خلال زيادة مستوى المعلومات للجمهور حيث يتسبب طوفان المعلومات لأعداد كبيرة من الناس

---

١ - مرجع سابق، ص ٥٦.

إلى جرعات من المعلومات التي تحوّل معرفة الناس إلى معرفة سلبية ويؤدي ذلك إلى الحيلولة دون أن تصبح نشاطات البشر ذات مشاركة فعالة، وبالتالي توجد اللامبالاة لأن وسائل الاتصال تطمر الناس بالمعلومات بدلاً من أن توقظ الجمهور وهو المقصود فإنها بالنهاية تساهم في تخدير الجمهور.

من جهة قدم عالم الاتصال الشهير ولبير شرام وظائف عامة للاتصال الجماهيري خاصة في مجال التنمية الشاملة وهي[1]:

١. وظيفة الرقابة.
٢. الوظيفة السياسية.
٣. التنشئة الاجتماعية.

فيما ذهب عالم الاتصال ماكويل إلى أن الوظائف الأساسية لوسائل الاتصال في المجتمع المعاصر تنحصر فيما يلي[2]:

١. الإعلام: أي نشر الحقائق والمعلومات والأحداث التي تهم المجتمع، وتحديد اتجاهات القوى الفاعلة والعلاقات بينها وتسهيل عملية التحديث والتقويم من خلال التعرف على المستجدات.
٢. تحقيق التماسك الاجتماعي: أي القيام بالشرح والتفسير والتعليق على الأفكار والأحداث والمعلومات ثم تدعيم الضبط الاجتماعي والمعايير الخاصة به وكذلك التنشئة الاجتماعية ودعم الإجماع حول القضايا والمواقف المختلفة.
٣. تحقيق التواصل الاجتماعي: من خلال التعبير عن الثقافة السائدة للكشف عن الثقافات الفرعية والثقافات النامية ودعم القيم السائدة.
٤. الترفيه: يهدف تسلية المجتمع وتهيئة الراحة والاسترخاء والقضاء على التوتر الاجتماعي.

---

1 - الاتصال بالجماهير، د. احمد بدر، ص ٥٧

2 - مرجع سابق، ص ٧

٥. التعبئة: المساهمة في الحملات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والحروب "إدارة الأزمات".

كما وقدم عالم الاتصال "بزلي مولر" تسع وظائف للاتصال على النحو التالي[1]:

١. الأخبار والتزود بالمعلومات ومراقبة البيئة.
٢. الربط والتفسير بهدف تحسين نوعية المعلومات وتوجيه الناس لما يفكرون به وما يفعلونه.
٣. الترفية وهدفه التحرر العاطفي من التوتر والضغوط والمشكلات.
٤. التنشئة الاجتماعية: وهدفها المساعدة في توحيد المجتمع من خلال توفير قاعدة مشتركة للمعايير والخبرات الاجتماعية.
٥. التسويق والترويج لسلعة ما.
٦. قيادة التغيير الاجتماعي في المجتمع.
٧. خلق المثل الاجتماعية وذلك من خلال تقديم النموذج الإيجابي في الشؤون العامة والثقافية الفنية.
٨. الرقابة على مصالح المجتمع وأهدافه.
٩. التعلم.

دور وسائل الاتصال في خدمة النظام السياسي

جاء هذا الدور متمماً للدور السابق لوسائل الاتصال والذي وضعه "صموئيل بيكر" من منطلق أن وسائل الاتصال تخدم النظم السياسية بطرق مختلفة بعضها مباشرة والآخر بطريقة غير مباشرة، ففي المجتمعات المركبة لا يستطيع القادة الاتصال بالناس بدون استخدام وسائل الاتصال وكما أن المرشح السياسي لا يستطيع أن يلتقي بكل الناخبين بدون وسائل الاتصال، كما أن المواطن العادي

1 - مرجع سابق، ص ٥٨.

يحتاج وسائل الاتصال للاطلاع على القرارات المحلية والعالمية، ذلك أن وسائل الاتصال تعتبر حيوية وفاعلة في نشر المعلومات الجديدة من الحكومة لتشرح لها عن سياستها الداخلية والخارجية، وترد على الإعلام الخارجي الذي ينتقدها من خلال وسائل الاتصال، هذا وقد وضع صمونيل بيكر اربع وظائف أساسية تندرج فيما يلي[1]:

١. تسهيل التماسك الاجتماعي.
٢. تفسير المجتمع لنفسه.
٣. خدمة النظام الاقتصادي.
٤. دمج السكان الجدد في المجتمع.

دور وسائل الاتصال للفرد

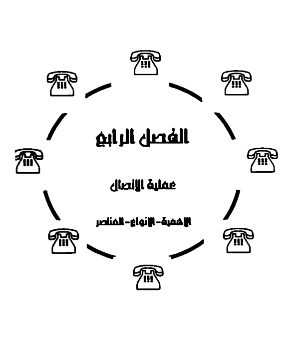
بعد أن استعرضنا دور وسائل الاتصال المجتمعي فإننا سنتحدث عن هذا الدور على المستوى الفردي من منطلق أن وسائل الاتصال تلعب دوراً كبيراً في كافة المستويات والأوقات وتنحصر هذه الوظائف فيما يلي[2]:

١. مراقبة البيئة.
٢. تطوير مفاهيمنا عن الذات.
٣. تيسير التفاعل الاجتماعي.
٤. المساعدة في التحرر.
٥. المساعدة في الهروب من التوتر والاغتراب.
٦. خلق طقوس يومية تمنحنا الإحساس بالنظام والأمن.

---

1 - نظريات الإعلام، د. حسن مكاوي، ص ٦٠- ٦٢.

2 - مرجع سابق، ص ٦٣- ٦٧



الفصل الرابع

عملية الاتصال

الأهمية - الأنواع - العناصر

مفهوم عملية الاتصال

بعد أن تطرقنا إلى تعريف الاتصال وأبرز الأنماط الاتصالية التي عرفها علم الاتصال فإننا سنقوم بتسليط الضوء على عملية الاتصال من حيث مفهومها وأهميتها.

ماذا نعني بعملية الاتصال ؟

عرفها الفلاسفة بأنها ظاهرة تتغير بشكل مستمر خلال فترة زمنية وحينما نصف أمراً ما على ضوء العملية فنحن نعني بذلك أنه ليس له بداية أو نهاية أو تسلسل في الأحداث[1]

وبمعنى آخر فهي العملية التي تنقل من مصدر معين إلى مستقبل واحد أو أكثر بهدف تغيير السلوك وبث رسائل واقعية كالمعلومات والأخبار التي تنشرها وسائل الإعلام عن الأحداث المختلفة أو بث رسائل خيالية كالقصص والروايات والأغاني على مجموعات كبيرة من الناس على اختلاف مستوياتهم الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية وعلى اختلاف أماكن تواجد هذه المجموعات أي إن الاتصال بالجماهير يتميز ببث الكلمة أو الصورة من مصادرها المحدودة جداً إلى عدد كبير من الناس. وتعتبر عملية الاتصال عملية ديناميكية متصلة الحلقات. أن الاتصال هو عملية أساسية في كافة المجتمعات سواء أكانت بدائية أو متطورة فهي عملية تبادل المعلومات والرغبات والمشاعر والمعرفة والتجارب إما شفهياً أو

---

1 - عملية الاتصال، ديفيد بيرلو، ص٢٣-٢٤

باستعمال الكلمات والرموز والصور بقصد الإقناع أو التأثير والسلوك"[1].

أهمية عملية الاتصال

الاتصال بطبيعته عملية مستمرة يوصف بالتواصل حيث أن عملية الاتصال هي عملية متابعة ديناميكية وليس لها بداية أو نهاية، لذا فإن سريان المعاني تتخذ أشكالاً دائرية لا خطية ويتضح الاستمرار أيضاً في ردود أفعال المستقبلين، وفي تعبيرهم عن تلك الردود كما يتضح في امتداد الاتصال من الماضي إلى الحاضر والمستقبل، وامتداد المعرفة نفسها إلى الجذور فضلاً عن تأثير السلوك الاتصالي للفرد والمجتمع بمدى استحضار الوقائع الماضية والحاضرة، وربطها بما هو متخيل أو متوقع، وتنطوي عملية الاتصال على عمليات تفاعل عاطفي وعقلي من خلال تبادل التأثير بين الأطراف المشاركة فيها ويتضح من أن انتقال المعاني ليس إجراء كلياً بل عملية معقدة ذات أبعاد بيولوجية ونفسية واجتماعية فضلاً على أنها تنطوي على عمليات تفاعل اتصالي ورمزي، ويفقد الاتصال فاعليته إذا لم ينته إلى تفاعل Interaction اي تأثير متبادل بين اطراف العملية الاتصالية حيث نجد اتصالاً فعالاً واتصالاً غير فعال"[2].

ومن ناحية أخرى ومن خلال النظر إلى تاريخ الفكر الفلسفي العلمي والتي انطلقت على يد كل من "آلبرت اينشتاين" و "وايت هيد" نجد أن هذه الثورة قد نفت ثبات الأشياء، كما ونفت وجود أشياء مستقلة تقوم بعملها

---

1 - الأسس العلمية لنظريات الإعلام، د. جيهان رشتي، ص ٥٩- ٦٣.

2 - تكنولوجيا الاتصال الجماهيري، د. محمد الهاشمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ص٩

بمفردها وقد أدى هذا إلى بروز النظرية النسبية التي انطلقت من المحدد ت التالية[1]:

١. أن أي ظاهرة يمكن تحليلها ووضعها فقط على ضوء ظواهر أخرى متصلة بها وعمليات تدخل في ملاحظاتها.

٢. أظهرت كذلك أن الأشياء الثابتة مثل الكرسي والمائدة يمكن النظر إليها كظواهر تخضع لتغيير مستمر، فهي تتغير تماماً مثل الفرد الذي يقوم بالملاحظة، ولكن ربما من أسباب عدم القدرة على ملاحظة التغيرات التي تطرأ عليها قصور أعضاء الحس عند الإنسان، ولو نجح الفرد في اختراع أدوات للملاحظة أكثر دقة لرأى التغيرات التي تطرأ على هذه الأشياء، معنى هذا أن الفصل التقليدي بين الأشياء والعمليات لم يعد صحيحاً فكل شيء يجب أن نخضعه لمفهوم العملية، لأن كل شيء قابل للتغيير والتطور لأنه يتأثر بعوامل شتى بعضها معلوم والآخر مجهول، والعلم كنشاط إنساني يهدف إلى كشف العلاقات التي تنشأ بين الظواهر المختلفة وتجعلها تؤثر بعضها على بعض، ومن هنا فقد كشفت الدراسات العلمية أن كشف العلاقات والفهم شيء متداخل ففهم الظواهر معناه تعرية العلاقات التي تربط بينها وبين الظواهر الأخرى، فالمعرفة أو الفهم لا يمكن أن تتشكلا إلا عن اكتشاف العلاقات المختلفة بين المتغيرات موضوع الفهم والمعرفة، ومن هنا فالفهم يتم بعملية ربط أو إدراك العلاقات بين الظواهر المراد تفسيرها وربطها بالأحداث التي تلازمها أو تسبقها أو تؤثر عليها، فالفهم لن يتحقق إلا بعملية ربط أو إدراك العلاقات بين

---

[1] - عملية الاتصال، ديفيد بيرلو، ص٥٩، وانظر النظريات العلمية للإعلام، د. جيهان رشتي

الظواهر المراد تفسيرها وربطها بالأحداث التي تلازمها أو تسبقها أو تؤثر عليها[1].

ومن هنا فالفهم لن يتحقق إلا بربط الظاهرة بالمتغيرات والظروف الأخرى الخارجة عنها والتي يعبر وجودها مسؤولاً عن أحداث الظاهرة والأسلوب الوظيفي لدراسة عملية الاتصال إنما يفعلون بذلك بكل إمكاناتهم لأن العملية الاتصالية برمتها تتضمن الذي يحط بالفرد ولكن الأهم من ذلك خلق أو صنع بعض الأدوات التي قد تمكنه من تحليل أو وصف أو فهم الواقع.

الاتجاهات المعادية لعملية الاتصال

أجمع علماء الاتصال بأن الاتجاهات المعادية لعملية الاتصال تنحصر في المجالات والاتجاهات التالية[2]:

الاتجاه الأول:

ويشمل الدراسات التي اعتبرت الاتصال بأنه ليس عملية من منطلق أن تأثير وسائل الإعلام مباشرة مثل الرصاصة التي تستهدف الإنسان فقد تصيبه وقد تخطئه أو مثل الحقنة التي تأخذ تحت الجلد فتحدث تغيراً أو تأثيراً مباشراً وربما يزداد هذا المعنى وضوحاً إذ يذكرنا عن مدى خوف قادة الراي والنخب في المجتمعات المتقدمة من تأثير الدعاية خلال الحروب وخوفاً من الحرب الباردة كما جرى ما بين الغرب والاتحاد السوفيتي، ومن هذا المنطلق فقد ساد الاعتقاد في الأربعينات من القرن الماضي بأن هناك استقلال

---

1 - وسائل الاتصال، سيرينو مورتين، ص٥٩ - ٦٠.

2 - عملية الاتصال، بيرلو، ص٦٠- ٦١

لكل إمكانيات وطاقات الفرد من مدركات وتعلم ودوافع وعواطف واتجاهات ومعتقدات وقيم ومعاني وظروف اجتماعية، فالاتصال الإنساني ليس عملية واحدة بل هو مركب أو تجميع لعدد من العمليات المعقدة والمستمرة التي تتفاعل في ظرف ديناميكي مستمر، وكل وجه من أوجه النشاط الاتصالي يؤثر على الاتصال الإنساني الذي كما أشرنا يعبر تجميعاً لعناصر أو قوى متداخلة ومتفاعلة ومندمجة مادياً وسيكولوجياً واجتماعياً.

ومن هذا المنطلق فإننا علينا أن نركز على الاعتبارات العامة لعملية الاتصال والتي تكمن في الاعتقاد الجازم بأنه لا يمكن للفرد أن يكشف الواقع مادياً، ولكن المطلوب هو أن يضع الواقع من منطلق أن الظواهر موجودة في الواقع حيث أن تأثير وسائل الإعلام أصبح هدفاً مفتوحاً يمكن لرصاصة أن تصيبه بسهولة وتؤثر عليه، وقد زاد هذا الاعتقاد بالخوف وخاصة بعد انتشار ظاهرة الاتصال الجماهيري والتكنولوجي من منطلق أن وسائل الإعلام قادرة على خلق اتجاهات جديدة وطمس اتجاهات أخرى تمهيداً للسيطرة على عقول البشر فحسب بل إن بعض الدراسات أشارت إلى أن وسائل الاتصال تمكنت من احتلال دور الجيوش والأجهزة الأمنية من حيث الدور بممارسة مزيد من القهر والقمع للسيطرة والهيمنة على عقول البشر، وظهرت هذه الدراسات تحت مسميات قصف العقول وغسل الأدمغة حيث تمكنت وسائل الاتصال من أن تلحق هزيمة بالجيوش والدول بدون إراقة دماء كما جرى في تشيكوسلوفاكيا والنمسا، وان البنيان العسكري في فرنسا قد انهار بسبب الدعاية النازية وبذلك تكون الدعاية قد دخلت على خط المواجهة العسكرية، وهذا ما دعا بعض المصلحين للمطالبة بحماية الجمهور من تأثير وسائل الاتصال، وهذا الفريق هو الذي

اعتبر أن الاتصال ليس عملية من منطلق أن وسائل الاتصال قادرة على خلق وتكوين المشاعر والاتجاهات بل وجرفها وتشويهها بشكل أوتوماتيكي، بل لقد شبهت وسائل الاتصال بالدائرة الكهربائية التي تنقل الضوء إلى اللمبة بمعنى أن الرسالة تحدث تأثيرها المباشر بمجرد وصولها إلى الهدف.

الاتجاه الثاني:

بعد أن خرج الاتجاه الأول من غفوته وجرى تعديل كبير من وجهة نظره وذلك من خلال أن الاتجاه الأول بدأ يتآكل ويفقد تأثيره فقد برز اتجاه آخر اعتبر أن الجمهور ليس سلبياً كما كان يعتقد في السابق وأنه بدأ يستجيب لطلب القائمين على الاتصال بدون تفكير بل أن كثيراً ما تكون الاستجابة متناقضة لهدف الرسالة خاصة إن تناقضت مع اتجاهاته السابقة.

الاتجاه الثالث:

وقد بدأ من خلال انخراط الأفراد في جماعات حيث أن هذا الانخراط يؤثر على أنماط الاتصال فضلاً عن التأثير الشخصي، والذي يلعب دوراً في تعزيز القيم أو تغيرها من منطلق أن الناس بالرغم من حصولهم على المعلومات من وسائل الاتصال لكنهم لا يمكن أن تتطابق وجهات نظرهم مما يبث من معلومات من هذه الوسائل، ولذلك يتجهون إلى الدراسة والمشاورة قبل اتخاذ القرار، وهذا التشاور هو الذي يحدد سلوكهم واتجاهاتهم.

الاتجاه الرابع:

وهو الذي اعتبر جمهور وسائل الإعلام مجرد ذرات، فقد اعتبر هذا الاتجاه ومكوناته بأنه مجرد مجموعة متكاملة من المغالطات من منطلق أن ما تنشره وسائل الاتصال من قضايا لها تماس مباشر بحياة الناس كجرائم القتل والجرائم الأخلاقية أو التظاهرات السياسية تساهم في خلق رأي عام مزيد

أو معارض أو محايد لها وليس حبات أو ذرات قد يكون الفرد يتلقى هذه الأخبار لكن اتجاهه سيتشكل جماعياً لاحقاً.

الاتجاه الخامس:

والذي اعتبر أن الجمهور المتلقي لوسائل الاتصال والإعلام هو جمهور إيجابي وليس سلبياً كما كان في السابق يؤثر ويتأثر من منطلق أن وسائل الإعلام والاتصال تؤثر على اتجاهات وأذواق الجماهير، كما أن الجمهور يؤثر بدوره على مضمون ما تبثه وسائل الاتصال والإعلام.

الاتجاه السادس:

والمتمثل بأن الرأي العام قادر على تغيير الواقع السياسي والاجتماعي والاقتصادي وهذا التغير الإعلامي يقف إلى جانب التغير الاقتصادي.

بعد هذا العرض عن العملية الاتصالية يمكننا القول أن الاتصال هو عملية متكاملة ومستمرة أثبتت وجودها وجداولها، ومع ذلك لا بد من الأخذ بكل المتغيرات في الاعتبار كجماعات الضغط، واتجاهات الفرد والواقع الاجتماعي وليس فقط الرسالة الإعلامية وهذه النظرة الجديدة لعملية الاتصال غيرت النظرة الكلاسيكية التي كانت تعتبر الاتصال شيئاً وليس عملية متكاملة وهذا بالطبع يقودنا إلى أنواع العملية الاتصالية.

أنواع العملية الاتصالية

قسم علماء نفس الاتصال العملية الاتصالية من حيث النوع إلى العمليات التالية[1]:

أولاً- الاتصال كعملية بيولوجية:

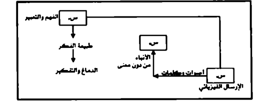
عندما يفسر الاتصال كعملية بيولوجية يمكننا أن نوضح ذلك في استقبال الرسالة حيث يتطلب ذلك عملية بيولوجية لدى الكائن الحي البشري تتصل إلى حد كبير وأساسي بوظائف الجهاز العصبي ووظائف الحواس المختلفة وتنتج عنه استجابة هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى تتجلى عمليات الاتصال من الناحية البيولوجية فيما يسمى بتواصل الأجيال جيلاً بعد جيل في جميع الكائنات الحية عن طريق التزاوج والتكاثر، ومن هنا لا يكون من المبالغة القول بأن الإنسان، ومنذ ولادته أي منذ خروجه من الرحم البشري إلى الرحم الاجتماعي وهو في اتصال دائم، وبلا انقطاع من ذاته والمحيطين به وبعالم الأشياء والأحياء من حوله، فعبر العصور والحقب التاريخية المتفاوتة والثقافات المتعددة كان الاتصال عصب الحياة وعصب العقل وعصب الفعل التشكيلي للحضارة والتجمع البشري، فالإنسان ككيان مفكر ومتسائل تجاه ذاته والآخرين والعالم يتميز عن بقية الكائنات الحية بميزة الإدراك للحضور المعرفي، والقدرة على التعبير عن الحركات وتلك المعارف بواسطة اللسان فالإنسان البدائي ومن القدم كان على اتصال بالطبيعة وبعالم الأشياء ولكنه كان يفتقر للوسيلة القادرة على ربطه بكل ما حوله من كائنات بشرية أخرى وبعالم الأشياء وبطبيعة الحال.

---

1 - تكنولوجيا الاتصال الجماهيري، د. مجد الهاشمي، ص ٩.

ثانياً- الاتصال كعملية سيكولوجية :

اعتبر العلماء أن العلاقات القائمة ما بين الأفراد والجماعات ما هي إلا شكل من أشكال الاتصال، وهذه العلاقات ترمي إلى إحداث تغيرات في سلوكه أي سلوك المتلقي، والمقصود بالاتصال هنا خلق العلاقات الإنسانية . وتستمر من خلال تعبيرات الوجه وحركات الجسم ونغمة الصوت، وحسب تعريف "ستيورات ميل" فقد اعتبر أن الاتصال عملية ذهنية فيزيائية وظيفتها توضيح المعنى المقصود ، ويقصد بالعملية الفيزيائية مجموعة من الرموز منها أصوات، كلمات، حروف، إدراك حسي، بالإضافة إلى وظيفة الجهاز العصبي والدماغ، والمخطط التالي الذي صممه ستيورات ميل يتكون من :



هذا وقد اعتبر ستيورات أن عملية الاتصال هي تجربة سيكولوجية للتنظيم الفكري، وعلى هذا الأساس فإن الاتصال أكثر سعة واحتواء لطرائق وأساليب التعامل البشري.

من جهة أخرى اعتبر عالم الاتصال "ويفرز" أن الاتصال يشتمل على أشكال التعبير التي تخدم أغراض التفاهم والتبادل، فيما عرفه "برنارد- بيرلسون" و "جرى- ايستنزا" الاتصال بأنه عملية نقل المعلومات والرغبات والمشاعر والمعرفة والتجارب إما شفوياً أو باستعمال الرموز والكلمات

والصور والإحصائيات بقصد الإقناع أو التأثير على السلوك، وأن عملية النقل في حد ذاتها اتصال[1].

ثالثاً- الاتصال كعملية إنسانية:

منذ أن تشكلت المجتمعات الإنسانية، وجد الفرد نفسه أن يتعايش مع الآخرين ويتفاعل معهم، والحاجة للاتصال هي التي دفعت الإنسان منذ فجر الخليقة إلى استخدام إشارات صوتية حركية مرتبطة ببيئته الجسدية، فبعد آلاف السنوات شرعت لغة بدائية في التطور وكان الاتصال بين الناس يتم في معظم الأحيان عن طريق اللمس حتى طور مجموعة متكاملة من الوسائل غير اللفظية لنقل الرسائل كالموسيقى والرقص ورسائل الطبول والإشارات النارية والرسوم والأشكال الأخرى كالنقش، وكذلك الصور التي تمثل أفكاراً والتي جاءت بالرموز الكتابية في أعقابها وتتسم بأهمية خاصة لأن ربط شيء بفكرة محددة، ولكن تطور اللغة هو الذي جعل الإنسان قوياً على نحو خاص، وهذه الخاصية هي التي ميزت البشر عن غيرهم.

فالاتصال الإنساني هو اتصال لغوي كما أشرنا سابقاً من منطلق أن اللغة هي أداة الاتصال وعبارة عن نظام من الرموز لها معاني أعطاها إياها الإنسان والرموز هي الأشياء التي تمثل فكرة أو شيئاً من الواقع، وقد تكون هذه الرموز على شكل أحرف وأرقام وألوان وزوايا أو خطوط أو كلمات أو إشارات[2].

---

1 - الاتصال الجماهيري المتطور، هادي نعمان الهيتي، دار الشؤون العراقية، بغداد، ١٩٩٨، ص١٠.

2 - مرجع سابق، ص١٢، ولمزيد من الإطلاع انظر الاتصال الجماهيري في المجتمع الحديث، سامية محمد جابر ومحمد عاطف غيث، دار المعرفة الجامعية، ١٩٨٤، ص٩، وكذلك انظر مدخل الاتصال الجماهيري، جون -بيتر- المؤسسة العربية للدراسات، بيروت ج١، ١٩٨٧، ص٤.

من جهة أخرى يطرح على الباحثين لماذا نمارس عملية الاتصال؟

ويجيب على هذا التساؤل الباحث الإعلامي د. محمد عبد الحميد قائلاً: "إن الفرد يدخل في العلاقات الاتصالية لأنه يرغب في بناء العلاقة ببيئته وبصفة خاصة البيئة الإنسانية المحيطة به، أي أن الاتصال هو طريق لبناء العلاقات، كما أن الاتصال بمصادر المعلومات والمعرفة يدعم المكانة الاجتماعية للفرد، ومن ثم يتأكد الإحساس بالأمن داخل الجماعة من خلال القيام بإقامة علاقات اجتماعية إيجابية بين أفرادها، وكذلك تحقيق الانتماء والتكيف الاجتماعي واكتساب خصائص وسمات المجتمع الذي يعيش فيه وينتمي إليه[1]، كما ويوفر الاتصال للأفراد في المجتمع المعلومات الخاصة بالبيئة والأخطار المحيطة بها لتجنبها وتحقيق الترابط والتقارب بين أفراد المجتمع وعناصره والمحافظة على هويته الثقافية للمجتمع[2].

كيف تؤثر عملية الاتصال في أحداث الاستجابة؟

تمتاز نماذج التفاعل بوجود رجع الصدى الذي يشير إلى دائرية عملية الاتصال، لكن حدوث الأثر يتمثل فيما هو أبعد من رجع الصدى الفوري حيث يتمثل على سبيل المثال في اكتساب المعلومة او الإقتناع بالفكرة او الراي او اتخاذ القرار المؤيد لأهداف المرسل والقيام بأنماط سلوكية تشير إلى حدوث الأثر بحيث يسهل الكشف عنه، ولا يشترط أن يتم حدوث الأثر بشكل فوري بل إنه قد يكون محصلة عمليات فورية ونفسية واجتماعية عديدة تختلف في تأثيرها من فرد لآخر، ومن جماعة لأخرى مما يؤدي إلى حدوث الأثر بنسب متفاوتة بين الأفراد المتلقين او عدم حدوثه نهائياً بين حين

---

1 - المجلة الإعلامية، عدد٨٧ سنة ١٩٩٧، ص٢٠١.

2 - مرجع سابق، ص٢٠١.

وآخر وتحقيق أثر سلبي لا يتوقعه المرسل أو القائم بالاتصال نهائياً لكنه في النهاية محصلة تفاعل وعمليات عديدة فردية واجتماعية، كما أن عملية الترميز تعتبر أساس عمليات الإدراك والتي تعتبر المرحلة الأولى في عمليات حدوث الأثر والتي تمر بمراحل تبدأ من الاهتمام بموضوع الاتصال حتى تصل إلى تحقيق الاستجابة الموالية لاتخاذ الموقف السلوكي الذي يتفق وأهداف المرسل أو القائم بالاتصال[1].

خصائص عملية الاتصال

فرضت مستحدثات عملية الاتصال عدداً من الخصائص نذكر منها[2]:

١. الفصل الحاد ما بين مفهوم المصدر ومفهوم القائم بالاتصال: حيث لم يعد المفهومات يعبران عن عنصر واحد كما في الأدبيات الأولى ونماذجها ذلك أن الممارسة المهنية قد ميزت تماماً بين هذين العنصرين، وأن العنصر الفاعل في عملية الاتصال والإعلام هو القائم بالاتصال حتى أنه من الناحية العملية لا يشترط التطابق ما بين المادة الإعلامية والاتصالية التي يقدمها المصدر وتلك التي يبثها القائم بالاتصال في وسائل الاتصال والإعلام لأسباب تتعلق بالسياسات الإعلامية أو الضوابط المهنية أو تأثيرات القوى العديدة التي تتدخل لأحداث الفجوة ما بين ما يتلقاه القائم بالاتصال وما يرسله إلى المتلقين من خلال وسائل الاتصال والإعلام معاً.

---

[1] - مرجع سابق، ص٢٠١- ٢٠٢.

[2] - المجلة الإعلامية، عدد٨٧ سنة ١٩٩٧، ص٢٠٢.

٢. تعدد القائمين بوظيفة القائم بالاتصال: فلم يعد الأمر يقتصر على من يكتب أو يذيع ولكنه يشاركه في هذا الدور أعداد كبيرة من العاملين كل في مجال تخصصه تعمل على أن تصل الرسالة إلى المتلقي مثيرة اهتمامه ملبية لاحتياجاته ذات تأثير قوي بقدر الإمكان، وتعتبر الصورة الأخيرة للمواد الاتصالية والإعلامية المنشورة أو المذاعة هي محصلة جهود فريق عمل متكامل يعمل في إطار السياسة الكلية للمؤسسة الاتصالية والإعلامية.

٣. في إطار مفهوم الوسيلة: فإنه يجب الفصل ما بين المؤسسات الاتصالية بوصفها الأجهزة المسؤولة عن إعداد المادة الاتصالية والإعلامية وبثها، وبالرغم من التطورات التكنولوجية الحديثة في مجال الإنتاج والبث والنشر فإنه في النهاية يمكن استقبال مخرجاتها على نفس الأجهزة التي تعمل منذ فترات سابقة على هذه التطورات، ومن هنا فإن مفهوم الوسيلة كمرادف للمؤسسة الإعلامية التي تقوم بالإنتاج والبث والنشر، ولذلك فإن وسائل الاتصال والإعلام يجب أن تناقش في إطار المفهوم المؤسسي الذي ينظر إلى الفكرة والبناء في إطار متكامل وليس في إطار وسيلة لنقل المعلومات مثل وسائل الاتصال في عمليات الاتصال الجماهيري والمواجهي.

٤. . سيادة التوجه إلى التخصص في تقديم محتوى الاتصال والإعلام بالتأثير الملحوظ في جمهور المتلقين الذي أصبح يصنف في فئات عديدة تشترك كل منها في سمة أو أكثر بحيث تقترب كثيراً من مفهوم الجماعة مثل صحف الأطفال والمرأة والعمال.

٥. لم يعد من الممكن الحصول على رجع الصدى من كل أعضاء الجمهور، ولذلك أصبح الصدى يقاس من خلال عينة مختارة ويتم تقييم استجابة هذه العينة بشكل مباشر من خلال طرف ثالث، ولكن يمكن التعرف عليه بواسطة مؤسسات البحوث، ومع تكرار استجابات الأفراد يظهر بالتالي أهمية الاستجابات المتراكمة أو المتجمعة خلال فترة من الزمن مما يصف رجع الصدى بالتراكم، كما أصبح الاهتمام كمياً أو التقدير أو أن الاهتمام أصبح بكمية الأفراد الذين استجابوا وليس بكيفية استجابة الفرد.

٦. الاتصال عملية مستمرة أي أنه عملية تفاعل اجتماعي يتم فيها تبادل المعلومات والأفكار بين الناس فنحن نتأثر بالرسائل الاتصالية الواصلة إلينا من الناس إلى الناس وبين الناس فتتغير معلوماتنا وسلوكنا وكذلك فإننا نؤثر بالآخرين من خلال الاستجابة لهم، وتبادل الرسائل والاتصال معهم بهدف التأثير على معلوماتهم واتجاهاتهم وسلوكهم[1].

٧. الاتصال حقيقة واقعة من حقائق الكون منذ الأزل ليس له بداية ولا نهاية فنحن نتصل مع أنفسنا ومجتمعنا والكون المحيط بنا إلى أن يرث الله الأرض وما عليها[2].

٨. الاتصال عملية لا تعاد: أي عملية تتغير مع تغير الزمان والجمهور وكذلك معناها فرسائلها في الأمس ليست كرسائل اليوم من منطلق أن الاتصال أكثر تقدماً وأكثر تعبيراً عن مصالح الناس وآرائهم مما

1 - الأسس العلمية لنظريات الإعلام، د. جيهان رشتي، ص٦٢.

2 - مصدر سابق، ص٦٥.

يوفر لهذه الرسائل شعبية ويتيح لها جمهوراً واسعاً لدعم وجودها ويعطيها مبرراً للبقاء وللبحث عن سبل تقدمها وتطور أدائها.

٩. الإمكانيات التكنولوجية المتاحة للاتصال: كل الإمكانيات التي تحققت للاتصال ساهمت في دعم وتطوير عملية الاتصال وخاصة البرق والهاتف والأقمار الصناعية والمطابع الحديثة.

أساليب الاتصال

تشكل أساليب الاتصال الأداة الهامة والرئيسة في العملية الاتصالية بل هي أداة النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي السائد في أي دولة كانت، والاتصال هو المحور الرئيسي في هذا النظام، وأساليب الاتصال وأشكاله متعددة، فهناك الإعلام والعلاقات العامة والتعليم والثقافة والدعاية والحرب النفسية وغسيل الدماغ الجمعي والاستمالة والتلقين الذهني والتحول الفكري وغيرها، كما أن طبيعة الاتصالات واحدة والفروق بينها فروق فلسفية أكثر منها واقعية فهي فروق في الدرجة لا في النوع والجوهر ومن أبرز أساليب الاتصال وأذرعه ووسائله ما يلي[1]:

١. الإعلام: والإعلام هو تزويد الناس بالمعلومات الصحيحة والأخبار الصادقة بقصد مساعدتهم على تكوين الرأي العام السليم إزاء مشكلة من المشاكل ومسألة من المسائل أي أن الإعلام يقوم على مخاطبة العقل لا الغريزة والعاطفة ودور الإعلام هو نقل صورة الشيء لا إنشاء هذه الصورة، وبالتالي فالإعلام الناجح لا يمكن أن يصدر عن سياسة فاشلة ضعيفة، والإعلام لا يرسم سياسة الدولة بل هو

---

1 - الاتصال بالجماهير، د. أحمد بدر، ص٦٢- ٦٥.

تعبير عنها ولكن الإعلام من الناحية التطبيقية قد استخدم للتأثير على الناس عن طريق نقل الأخبار والحقائق وإغفال البعض الآخر عن طريق نقل أسلوب عرض بعض الأخبار والصور والحوادث والمعلومات.

٢. العلاقات العامة: وهي جهود اتصالية بين شخص وجماعة أو مؤسسة والجماهير أي أنها أداة تنظيم الصلة بين الرأي العام والمؤسسة، وهي تعمل من أجل الحفاظ على إدامة العلاقات الطيبة وتدعيمها وتجنب أو إزالة كل ما يعكر صفو التفاهم بين المؤسسة والجمهور، والعلاقات العامة تستعين على ذلك بالنشر والإعلام لنقل الصورة ونشر المعلومات الصحيحة للجماهير، ولكنها لا تستطيع أن تغير الأسباب الحقيقية للعلاقات غير الطيبة مثلاً خاصة إذا كانت هذه الأسباب هي سياسات فاسدة وخاطئة أكثر من مسألة سوء تفاهم فقط.

إن العلاقات العامة تستخدم الإعلام كوسيلة لنشر الأخبار والمعلومات وتستخدم الإعلان والدعاية كوسيلة للتأثير الانفعالي على الجماهير، وقد ينطوي نشاط العلاقات العامة على قدر من التعليم والتثقيف والتدريب خاصة إذا كان هذا النشر متعلقاً بالمؤسسة.

عناصر الاتصال

ومن خلال النظر إلى الاتصال كعلمية تشاركية أي أن الاتصال لا ينتهي بمجرد أن تصل الرسالة من المصدر "المرسل" إلى المتلقي "المستقبل" كما يعني أن هناك العديد من العوامل الوسيطة بين الرسالة والمتلقي بما يحدد تأثير الاتصال، من جهة أخرى فإن كل من المرسل والمتلقي يتحدث عن موضوع معين أو موضوعات معينة فيما يعرف بالرسالة أو بالرسائل،

ويعكس هذا الحديث ليس فقط مدى معرفة كل منها بما لديه من فهم ومعتقدات، وكذلك بانتماءاته الاجتماعية والثقافية مما يشير لديه ردود فعل معينة تجاه ما يتلقاه من معلومات وآراء ويحدد أيضاً مدى تأثره بهذه المعلومات والآراء، وفي هذا الإطار المركز تطورت النماذج الاتصالية التي تحدثنا عنها سابقاً والتي تشرح عملية الاتصال بعناصرها المختلفة حيث ظهر في بداية الاتصال الإنساني النموذج الخطي أو المباشر الذي يرى أن تلك العناصر هي المرسل والرسالة والمستقبل ولكن الدراسات التي أجريت منذ العقد الرابع منذ القرن الماضي أوضحت مدى قصور تلك النماذج وحطمت النظرية القائلة بان لوسائل الاتصال تأثيراً مباشراً على الجمهور.

وعلى ضوء ما تقدم فإن الأركان الرئيسة التي تكونت منها العملية الاتصالية تكمن في الآتي[1]:

أولاً- المصدر أو المرسل (Source):

ويقصد به صانع الرسالة وقد يكون هذا المصدر فرداً أو مجموعة من الأفراد وقد يكون مؤسسة أو شركة وكثيراً ما يستخدم المصدر بمعنى القائم بالاتصال غير أنه ما يجدر التنويه إليه هنا أن المصدر ليس بالضرورة هو القائم بالاتصال فمندوب التلفزيون قد يحصل على خبر معين من موقع الأحداث ثم يتولى المحرر صياغة وتحريره ويقوم قارئ النشرة إلى الجمهور، هذا وقد أشارت بعض الدراسات إلى أن كل من المحرر والمندوب وقارئ النشرة الإخبارية هو بمثابة قائم بالاتصال، وإن اختلف الدور، بينما يذهب باحثون إلى أن القائم بالاتصال هو قارئ النشرة "المذيع" فقط بينما يوسع البعض مفهوم القائم بالاتصال فيرى أنه كل من يشارك في الرسالة بصورة أو

1 - نظريات الاتصال، كتاب إلكتروني بلا مؤلف، على شبكة الإنترنت.

بأخرى فإن البعض الآخر يضيق المفهوم قاصراً إياه على من يقوم بالدور الواضح للمتلقي[1].

ومن هنا يجب على المرسل أو المتحدث أن يتحلى بجملة من المواهب وهي المنطق والبلاغة وفن الإلقاء والقدرة على الإقناع إضافة إلى[2]:

1. مهارة المتحدث في الاتصال وأعني بذلك قدرته على نقل الرسالة الاتصالية والإعلامية إلى المستقبل بدون تشويش أو بأقل درجة من التشويش مما يستوجب منه القدرة على الكتابة والإلقاء والإصغاء والتعقل.
2. وجهة النظر.
3. المعرفة.
4. على واضع الخطط الاتصالية والإعلامية أن يعيش داخل نظام المجتمع ويتفاعل مع البيئة نفسها.

كما أن المرسل قد يواجه عدداً من الصعوبات والمعيقات تتمثل بعدم قدرته التعبيرية على نقل الأفكار وبلورتها وهذه الأفكار تنطوي غالباً على المشاعر والخبرات والمعرفة وتصورات وأفكار قد يختلجها صاحب الفكرة وفي الوقت نفسه عاجز عن ترجمتها على الصورة التي يرغب في إخراجها، وإن العجز الذي يعرقل المرسل وبلورة فكرته يرجع فيه إلى أن إمكاناته المحدودة والمحصورة لا تؤهله القيام بالدور المطلوب على أحسن وجه وربما تتضمن في فقره إلى اللغة والتي تشكل عنصراً حيوياً في التواصل بالإضافة إلى جهل المرسل للمادة والفكرة المراد إيصالها[3].

---

1 - مرجع سابق
2 - مقدمة في علم الاتصال، د. نبيل الجردي، ص15.
3 - مصدر سابق، ص16.

ثانياً- الرسالة (Message):

وهي المعنى أو الفكرة أو المحتوى الذي ينقله المصدر إلى المستقبل، وتتضمن المعاني والأفكار والآراء التي تتعلق بموضوعات معينة يتم التعبير عنها رمزياً سواء باللغة المنطوقة أو غير ذلك وتتوقف فاعلية الاتصال على الفهم المشترك للموضوع واللغة التي يقوم بها[1].

إن الرسالة الاتصالية بين المرسل والمستقبل يمكن أن تتأثر بتصور المستقبل لرسالته وهذا ما يطلق عليه في الاتصال السياسي الدولي بالتصور فأي نظام دولي عادة يتكون من مجموعة من وحدات سلوكية تدعى شعوباً وهذه الوحدات السلوكية تتفاعل وتحتك مع بعضها من خلال قنوات تتمثل في معاهدات، علاقات دبلوماسية، ...الخ.

ولا بد من الاعتراف بأن صانعي القرار في هذه الوحدات السلوكية لا يستجيبون في صنع قراراتهم للحقائق الواقعية بل يستجيبون وفقاً لتصورهم للحالة التي تحدث[2].

ومن هنا فإن الرسالة الاتصالية يجب أن تكون واضحة المعالم وعدم حشوها بالمصطلحات العلمية أو المعادلات الرياضية المعقدة الخاصة بالرياضيات والكيمياء والفيزياء على سبيل المثال وخاصة إلى جمهور غير مثقف أو علمي، أما عندما يتم مخاطبة طلبة الاتصال والإعلام عن نظريات الاتصال فالأمر يختلف إلا إذا كان الطلبة غير متعلمين وواعين للمصطلحات الاتصالية أو عدم وجود مجال مشترك للفهم بين المرسل والمستقبل والمنطق

1 - مرجع سابق.
2 - مرجع سابق، ص ١٩- ٥٠

نفسه إذا كان الأستاذ يلقي محاضرة للغة لا يفهمها أو لا يعرفها الحاضرون، وإن استخدم إيماءات أو إشارات ذات دلالة مختلفة لهم.

ومن هنا فإن عملية الاتصال تتوقف على الحجم الإجمالي للمعلومات المتضمنة في الرسالة، ومستوى هذه المعلومات من حيث البساطة والتعقيد حيث أن المعلومات إذا كانت قليلة فإنها لا تجيب على تساؤلات المتلقي ولا تحيطه بموضوع ومحتوى الرسالة الأمر الذي يجعلها عرضة للتشويه، أما المعلومات الكثيرة فقد يصعب على المتلقي استيعابها ولا يقدر جهازه الإدراكي على الربط ما بينها[1].

ومن الطبيعي أن درجة الانسجام بين المرسل والمستقبل والعلاقة ما بين الجمهور والمرسل وحدق وجدية الرسالة والأداة التي تستخدم لنقلها كل هذه النقاط هي عوامل لا يمكن عزلها والاستغناء عنها في أي بحث يقوم به باحث اتصالي أو إعلامي[2].

ثالثاً- الوسيلة :

اعتبر بعض العلماء وعلى رأسهم مارشال ماكلوهان بأن الوسيلة تلعب دوراً هاماً في عملية الاتصال بل هي من أهم عناصره حيث وصفها قائلاً "الوسيلة هي الرسالة" أي أن استعمال وسيلة معينة في عملية التواصل قد تحدث تغيراً جذرياً في الأشخاص يفوق بكثير من التغيير الذي يحدثه المضمون الاتصالي، حيث أن الوسيلة تؤثر في سلوك المستقبل والجمهور أكثر من تفاصيل المادة الاتصالية "الرسالة" فالوسيلة ليست شيئاً محايداً أو

---

1 - مرجع سابق، شبكة الانترنت.

2 - مرجع سابق، ص٥١.

سلبياً إنها تفعل شيئاً يترك أثراً متفاوتاً لدى الناس فهي التي تمسكهم وترجهم[1].

ومن هذا المنطلق فإن للوسيلة أسساً يتم اختيارها وهي[2]:

1. القنوات الواسطة السائدة بين أغلبية المشاهدين.
2. القنوات ذات التأثير بالمشاهد أكثر من غيرها من القنوات.
3. القنوات المناسبة للمضمون الاتصالي أي التي يتم الإعلام من خلالها.

إن الوسيلة تختلف باختلاف مستوى الاتصال فهي في الاتصال الجماهيري تكون الصحيفة أو التلفزيون أو الإذاعة أو الموقع الإلكتروني وفي الاتصال الجمعي تكون الخطبة أو المناظرة والمؤتمرات أما في الاتصال المباشر فإن الوسيلة لا تكون ميكانيكية وإنما تكون طبيعية أي وجهاً لوجه.

رابعاً: المستقبل أو المتلقي (Receiver):

وهو الجمهور الذي يتلقى الرسالة الاتصالية ويتفاعل معها ويتأثر بها وهو الهدف المقصود في عملية الاتصال.

إن المستقبل بكونه إنساناً لا يعيش في فراغ نرى أن هناك عوامل ذاتية ونفسية واجتماعية وسياسية تؤثر في استلامه للمضمون الاتصالي والإعلامي ومن أهم هذه العوامل:

1. درجة التجانس بين المرسل والمستقبل.
2. إن المستقبل كائن حي اجتماعي فهو يحمل تصوراته وخبراته وتقاليده الخاصة وإذا أخذت هذه العوامل بعين الاعتبار فإن كل رسالة يستلمها المستقبل ستمر من خلال مصافي والمستقبل يتسلم الرسالة ويترجمها

---

1 - مقدمة في علم الاتصال، د. نبيل الجردي، ص١٨.

2 - مرجع سابق، ص١٩.



بانفعالاته الخاصة بما تتناسب مع تصوراته ولا يخضع بالضرورة لما تحويه تلك الرسالة التي تسلمها[1]

إن فهم الجمهور وخصائصه وظروفه يلعب دوراً مهماً في إدراك معنى الرسالة ودرجة تأثيرها في عقلية الجمهور، ولا يمكن أن نتوقع أن الجمهور يصدق وينصاع تلقائياً للرسالة الإعلامية فهو يرفضها أو يستجيب لها إذا كانت تتفق مع ميوله واتجاهاته ورغباته. وقد يتخذ بعض الجمهور موقف اللامبالاة من الرسالة ولا يتفاعل معها

خامساً- رجع الصدى أو ردة الفعل (Feed Back).

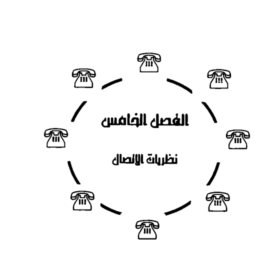
يتخذ رد الفعل اتجاهاً عكسياً في عملية الاتصال وهو ينطلق من المستقبل إلى المرسل وذلك للتعبير عن موقف المتلقي من الرسالة ومدى فهمه لها واستجابته او رفضه لمناها. وقد اصبح رد الفعل مهماً في تقويم عملية الاتصال حيث يسعى الإعلاميون لمعرفة وصول الرسالة للمتلقي ومدى فهمها واستيعابها

سادساً- التأثير (Effective).

إن عملية التأثير هي عملية نسبية ومتفاوتة بين شخص واخر وجماعة واخرى، وذلك بعد تلقي الرسالة الاتصالية وفهمها. وغالباً ما يكون تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية بطيئاً وليس فورياً. كما يعتقد البعض وقد يكون تأثير بعض الرسائل مؤقتاً وليس دائماً. ومن ثم فإن التأثير هو الهدف النهائي الذي يسعى إليه المرسل وهو النتيجة التي يتوخى تحقيقها القائم بالاتصال وتتم عملية التأثير على خطوتين الأولى هي تغيير التفكير والخطوة الثانية هي تغيير السلوك

---

1 - مصدر سابق، ص١٢



الفصل الخامس

نظريات الاتصال

قبل أن نتطرق إلى النظريات الاتصالية لا بد وأن ندخل إلى نشأة التفكير التنظيري للاتصال أو علم الاتصال. وهذا بالطبع يقودنا إلى الإطلاع على الأبحاث الاتصالية من حيث مفهومها ونشأتها وقد عالجت هذا البحث في كتاب لي صدر عن دار أسامة للنشر والتوزيع. وحصلت من خلاله على جائزة التميز الوظيفي على مستوى موظفي مجلس الأمة الأردني.

ماذا نعني بالأبحاث الإعلامية؟

يشكل الاتصال عصب الحياة المعاصرة، فقد تطور بشكل مذهل. ولذلك ازدادت أهميته بشكل كبير فالمعلومات أصبحت تحيط بنا من كل حدب وصوب ومن كل الاتجاهات حتى أصبحت المعلومة تضاهي الغذاء الحيوي الذي هو من مكونات الحياة، حيث وصف أحد الباحثين الإعلاميين حاجة الإنسان المعاصر للاتصال للحصول على المعلومة كحاجة السمك إلى الماء بعبارة أخرى أننا لا نستطيع أن نمارس شعائر الصوم عن محيط المعلومات في القدر الذي يمارس فيه الإنسان تطبيق بعض الشعائر الدينية التي تفرض بممارسة الانقطاع عن الطعام والشراب.

إن أهمية الاتصال جعلته يلعب دوراً هاماً ومؤثراً في الحراك اليومي للإنسان، بل إننا نعتبره الحقيقة المطلقة والطاغية في حياتنا اليومية المعاصرة بسبب الطبيعة البشرية والتي فرضت على البشر أن يجروا اتصالاتهم مع بعضهم البعض على مدار الساعة ليلاً ونهاراً. وقد أجمع

الباحثون بحقل الاتصال على أن للثورة الصناعية الدور الكبير الذي مهد لولادة ثورة الاتصالات والمعلومات والتي اعتبرت من أهم الإنجازات التي تحققت للإنسان المعاصر[1].

وفي هذا الصدد تقول الدكتورة جيهان رشتي أن الحكومات التي تطبق المذهبية السلطوية الشمولية من جهة والمذهبية التحررية والديمقراطية من جهة أخرى أدركت أهمية الإقناع في إخضاع الجماهير وكسب تأييدها ولذلك عمدت الدول المختلفة على استخدام الاتصال والإعلام بشكل هادف لكسب رضا وتأييد ومساندة الرأي العام حتى لا تحتاج إلى الاعتماد على القهر والعنف لتنفيذ السياسات المختلفة، وهذا بالطبع يحتاج إلى قدر أكبر من الاتصال وإلى فهم عميق لعملية الإقناع والتأثير على الجماهير ما نريد أن نصل إليه هو أن أهمية الاتصال في حياتنا اليومية أصبحت جزءاً من الاحتياجات الأساسية للإنسان والتي لا يمكن الاستغناء عنها مطلقاً كحاجته للماء والهواء[2].

أهمية بحوث الاتصال والإعلام

شهدت القرن الماضي وبالذات في بداية العقد الثالث إلى الخامس جدلاً واسع النطاق حول أهمية بحوث الاتصال والإعلام، وامتد هذا الجدل ليشمل كافة الأعمال والوسائل والأساليب الإعلامية والاتصالية محلياً ودولياً وما يمكن أن تؤديه الأبحاث الاتصالية والإعلامية التي تنطوي عليها هذه الوظائف والوسائل والأساليب، وتطوير طرائق وأساليب

---

1 - مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، بسام المشاقبة، دار أسامة، ٢٠٠٩، ص٧.

2 - مرجع سابق، ص٨.

الممارسات الاتصالية المختلفة، هذا الجدل الذي جرى تمخض عن اكتشاف العديد من المتغيرات الناظمة لبحوث الاتصال والإعلام من حيث أهميتها وقدرتها وأهدافها ومجالاتها ودورها الوطني والإقليمي والدولي ومناهجها والمشكلات التطبيقية التي تواجهها وتقلل من إمكانية الاستفادة منها[1].

خلاصة الكلام في بحوث الاتصال

نحن نعيش الآن في أعلى درجات ثورة المعرفة والمعلوماتية ومظاهر هذه الثورة واضحة للعيان في مجال الدراسات الاتصالية والإعلامية، والأهم أن هذه الدراسات سلكت المنهج الإعلامي العلمي في البحث والدراسة والتحليل، ومما لا شك فيه أن ظاهرة الاتصال هي ظاهرة قديمة قدم الإنسان على وجه الأرض إلا أن إسهامات الإنسان في بحوث الاتصال والإعلام ظاهرة حديثة جداً وقد قام بهذه البحوث والنظريات أساتذة وباحثون في حقل السياسة والاجتماع وعلم النفس واللغة والإدارة والتاريخ والمكتبات والمعلوماتية والرياضيات والهندسة ومن أشهر العلماء الذين ساهموا في تأصيل البحث الإعلامي والنظرية الاتصالية والإعلامية وأعطوه لقب العلم وساهموا في استقلاله استقلالاً كاملاً كل من لازرفيلد، هوفلان، ريبوت جالوب، كاتتريل وسنوفر، شرام، ناتفرنجر، كاتز، ورويزنبرج وبيرلسون وغيرهم من العلماء الأفذاذ الذين لم نذكرهم وسوف نذكر بعضهم لاحقاً.

---

1 - بحوث الإعلام، د. سمير محمد حسين، ص ١٥.

والأهم من ذلك فقد أجمع هؤلاء العلماء والباحثون في حقل الاتصال والإعلام انه ليس هناك حدوداً واضحة بين بحوث الاتصال والإعلام اي ان هناك فقط بحوثاً للاتصال مع الأخذ بعين الاعتبار ترابط وتكامل جميع جوانب وأجزاء هذه البحوث وكل ما نريد قوله أن بعض الباحثين يهتمون بجوانب معينة بينما يهتم آخرون بجوانب أخرى، وعلى كل حال فإن اهتمامنا سينصب خلال هذا الفصل على أبرز النظريات الاتصالية التي توصل إليها العلماء والباحثين في حقل علم الاتصال[1].

مفهوم النظرية والنظرية الاتصالية

قبل أن نتطرق إلى أبرز نظريات الاتصال لا بد وأن نشير إلى جملة من التعريفات النظرية وعلى رأسها تعريف النظرية العلمية أولاً ثم النظرية الاتصالية ثانياً.

تعريف النظرية: كل شيء وأهم شيء في العلم لأن مداها أبعد من المعارف المجموعة أو المنقولة وهي ضرب من الاقتصاد الذهني يسهل جمع المعارف والاستغناء أحياناً عن بعضها[2].

النظرية: تشير المصادر المتخصصة بالبحث العلمي والإعلامي معاً بأن مصطلح النظرية درج على ألسنة الناس بأنها البرج العاجي أو الشيء الحقيقي أو الشيء ذو القيمة العملية الحقيقية[3].

---

1 - مرجع سابق، ص١١ - ١٥

2 - حرية الفكر وأبطالها في التاريخ، سلامة موسى، دار التنوير ص٢٥ - ٢٦.

3 - اصول البحث العلمي، د. احمد بدر، الطبعة الخامسة، ص٩١

وفي الواقع فإن المقصود بالنظرية في الأبحاث العلمية شيء مخالف للمألوف عن النظرية الاتصالية، فالنظرية العلمية توضح علاقة الأثر بالسبب بين المتغيرات وذلك بهدف الشرح أو التنبؤ بظواهر معينة[1].

أما بخصوص النظريات الاتصالية فإنه لا توجد نظرية اتصالية خالصة متفق عليها وعلى كيفية عملها أو تأثيرها على الجمهور بين علماء الاتصال أو الباحثين في حقل الاتصال، وإنما يوجد عدد من النظريات التي تقدم تصورات عن كيفية عمل الاتصال والإعلام وتأثيره، وفي الوقت ذاته تساعد هذه النظريات على توجيه البحث الاتصالي والإعلامي إلى مسارات مناسبة، ذلك أن النظرية تجسد بشكل فاعل تطبيقات وسائل الاتصال والإعلام في المجتمع، كما وتوضح النظرية ما تحدثه من تأثير على الجمهور أو من الجمهور نفسه تجاه الوسائل أو الرسائل الاتصالية والإعلامية، بل تتجاوز عن ذلك أحياناً إلى تقديم صورة عما يمكن ان يحدث مستقبلاً، كما وتقدم النظرية تصوراً عن المتغيرات الاجتماعية المحتملة وتأثيرات وسائل الاتصال فيها.

ومن ناحية أخرى فإن النظرية هي محصلة دراسات وأبحاث ومشاهدات وصلت إلى مرحلة من مراحل التطور وضعت في إطار نظري وعملي لما تحاول تفسيره، كما أن النظريات قامت على كم كبير من التنظير والافتراضات التي قويت تدريجياً من خلال إجراء تطبيقات ميدانية، وأن أهم ما يميز النظرية وقدرتها المستمرة على إيجاد تساؤلات جديدة بالبحث، إضافة إلى استكشاف طرق جديدة للبحث العلمي.

---

1 - مصدر سابق، ص ٩١

فالنظرية بشكل عام: هي مجموعة من البيانات والمعلومات المترابطة على مستوى عالٍ من التجديد والتي يمكن ان تولد الافتراضات التي يتم اختبارها بالمقاييس العلمية وعلى أساسها يمكن أن توضع التنبؤات عن السلوك[1].

وعلى ضوء هذا التعريف للدكتور أحمد بدر فإن هذا المفهوم للنظرية بشكل عام يبعد بعض الشيء عن مجال البحوث الوصفية.

فإن الظاهرة التي ما زالت تعيش معنا رغم هذه البحوث الاتصالية العديدة فإن عدم وجود نظرية متفق عليها في مجال الاتصال مازال مطروحاً، فالمسوح الكثيرة مثلاً التي تمت في هذا المجال تؤدي بنا إلى معلومات عن نسبة الذكور أو نسبة الإناث من القراء الذين يقرؤون مواد معينة في صحف معينة[2].

ومن هنا فإن النظريات الاتصالية تعني تلك البحوث والدراسات التي تتعلق بالاتصال سواء ما يتعلق منها بالمرسل أو المستقبل أو الوسيلة أو الجمهور أو كلاهما معاً وهذا بالطبع يذكرنا بمعنى الاتصال فالأخير هو كلمة يونانية الأصل مشتقة في لفظها الإنجليزي "Communication" وأصلها اللاتيني "Common" ومعناه مشترك فعندما نقوم بعملية الاتصال فنحن نحاول أن نقيم رسالة مشتركة مع شخص او جماعة اخرى، اي اننا نحاول ان نشترك سوياً في معلومات أو افكار او مواقف واحدة اي ان الاتصال هو أن نجعل كل من المرسل والمستقبل يشتركان معاً ويتفاعلان في رسالة واحدة[3].

---

1 - الاتصال بالجماهير ما بين الإعلام والدعاية والتنمية، د. احمد بدر، دار المطبوعات الكويت، ص٢٨.

2 - مصدر سابق، ص٣٧

3 - مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، بسام المشاقبة، دار اسامة، ٢٠٠٩، ص١٧٦

بعد أن استعرضنا أبرز تعاريف النظرية العلمية والاتصال معاً وأشرنا كذلك إلى أن الحاجة للاتصال بإخواننا البشر هو من أساسيات الحياة أي مثل حاجتنا للماء والكلأ والهواء والمسكن، وهذه الحاجة للاتصال ضرورية للبقاء، فالاتصال هي وسيلة لنقل المعلومات والأفكار من شخص لآخر وأحداث تفاعل مشترك وعلى هذه القاعدة انطلق المجتمع الإنساني وأقام بنيانه وأجهزته ومعداته المعقدة المتعددة لنقل الرسائل وتوصيلها إلى الناس، إن الإنجازات العلمية جعلت الأجهزة الاتصالية أكثر روعة في قدرتها الفائقة على غزو وتخطي الحواجز النفسية فعقولنا وأجهزتنا الإلكترونية تصل إلى مناطق لم يعتقد أو لم تعتقد الأجيال الأولى من البشر والإنسانية أن هناك طريقة للوصول إليها لبعدها النهائي، وقد كسر العلم كل الحواجز وأزاح عن عقول البشر كل المعجزات فرواد الفضاء وهم يمرون خلال الفراغ حيث أرسلوا كل تقاريرهم ورسائلهم عن طريق أجهزة الاتصال الجماهيري كالراديو والصحف والتلفزيون لما اختبروه في أثناء رحلتهم، وقد ثبتت الكاميرات فوق مركبات الفضاء فأمدتنا بصور تلفزيونية للقمر وكوكبي المريخ وعطارد ورجال الفضاء وهم يسيرون فوق سطح القمر ذاته فأرسلت البرامج التلفزيونية من جانب العالم إلى الجانب الآخر من خلال إرسال إشارات من قمر صناعي في المدار وفي كل عام تحصل عجائب جديدة في عالم الاتصال.

ومن هنا فإن دراسة نظريات الاتصال تتضمن اعتبارين اثنين أولهما: فهم عريض للوسائل الميكانيكية ولنظريات الاتصال، وثانيهما

كيف نستخدم هذا العدد من المعدات في عملنا اليومي من أخبار وإقناع وتحذير الجماهير وفي التأثير والإيحاء واستضافة بعضنا البعض.

ومن هذا المنطلق فإن تاريخ الاتصال ونظرياته بدأت مع قصة تطور وسائل الاتصال والإعلام بدأ من قصة صراع الإنسان مع الحرية والتحرير والتي بدأت مع ولادة حرية الكلام والكتابة والفكر ومن هذه الحرية فإن سحر الطباعة والاتصال الجماهيري وتكنولوجيا الاتصال لا قيمة لها بالنسبة للعقول الحرة، وإن العقيدة الاتصالية انطلقت أصلاً من حرية الطباعة وخاصة بعد انطلاقتها قبل ستة قرون، والتي ساهمت في تنوير الناس لنقل المعلومات والأفكار، ومنذ ذلك التاريخ الذي تمكن فيه "جوهان جوتنبرغ" من اختراع الطباعة أقيمت الحواجز ضد هذا التطور الذي غير مجرى تاريخ الإنسانية للتأثير على الرأي العام عن طريق التدفق الحر للأنباء والمعلومات والأفكار.

وقبل أن نستعرض قصة نظريات الاتصال عبر التاريخ الإنساني لا بد من التفريق ما بين النموذج والنظرية حتى لا نقع في الاشتباك والمغالطة والتمويه.

إذا كان النموذج يحدد العلاقة ما بين المفاهيم والظواهر مع شرحها والتنبؤ بها، فإن النظرية عبارة عن مجموعة من المفاهيم المترابطة التي تقدم تعريفات للظواهر بتحديد العلاقة بين المتغيرات مع شرح الظواهر والتنبؤ بها، وبالرغم من وجود فوارق ما بين النموذج والنظرية إلا أن هناك تداخلاً بينهما حيث اعتبر عالم الاتصال سيمون أن النموذج هو

بمثابة نظرية مصغرة ومع ذلك فإن أبرز الفوارق ما بين النظرية والنموذج تنحصر فيما يلي[1]:

١. فقد اعتبر عالم الاتصال كابيلا أن النموذج يعد الخطوة الأولى في التوجه نحو النظرية حيث يركز النموذج على مشاكل اقل أو اكثر تحديداً كما أن النموذج يعد فئة من الفئات الفرعية المنبثقة عن النظرية فيقال نماذج الاتصال بمعنى النظريات.

٢. ان النظرية نموذج بالقدر الذي تتميز فيه بصفات عن غيرها من النظريات الأخرى، وفي أحيان كثيرة يطلق نموذج على أية قضية سواء أكانت نظرية أو مستنبطة من التجارب وعن طريق الاستقراء لأنها تمثل في ذاتها نوعاً يفرقها عن القضايا الأخرى.

والنماذج الاقتصادية نوع من هذه النماذج النظرية، ويعبر فيها بالأرقام عادة وعلى سبيل من سبل الدقة والتعميم ويتعين على ذلك توضيح الفروض المختلفة ومقارنة بعضها ببعض وعليها تبنى اقتراحات عملية أوثق وأضمن.

٣. بينما في المقابل تصلح النظرية للاختبار فإن ذلك ليس ضرورياً للنموذج وكما يولد النموذج فروضاً قابلة للاختبار اي ان النماذج خطوة أولية في الاتجاه نحو فهم افضل لوسائل الاتصال والإعلام وبدون النماذج فإن بحوث الاتصال تكون اكثر تعقيداً كما ان النموذج يساعد في تطوير بحوث الاتصال.

---

1 - نظريات الاتصال، د. محمد حجاب، دار الفجر، ٢٠١٠، ص١٢٥.

وقبل أن نتحدث عن قصة انطلاقة نظريات الاتصال وبعد أن عرفنا مفهوم النظرية بشكل عام ونؤكد مرة أخرى بأن النظرية هي تصور أو فرض أشبه بالمبدأ له قيمة التعريف على نحو ما يتسم بالتعميم وينتظم علماً أو عدة علوم ويقدم منهجاً للبحث والتفسير ويربط النتائج بالمبادئ، وتنطوي النظرية على مجموعة دعاوي وبديهيات أساسية إذ كان هيكلها مكوناً من قضايا مترابطة منطقياً وقابلة للتحقيق الأمريكي، وعلى الرغم من الاختلافات العديدة التي تظهر عند استخدام النظرية إلا أنه يمكن النظر إلى القضايا التي تكون أي نظرية على أنها قوانين علمية إذا كانت قد خضعت لتحقيق علمي دقيق يمكن بعده تأييدها أو تحقيقها أو تأكيدها أو يمكن النظر إليها كفروض إذا لم توضع موضع التحقيق والاختبار الكافي ومع ذلك فقد أيدت القضايا أو عوملت كفروض فإن النظرية عموماً عرض للاختبار الامريكي المتكرر وللمراجعة المستمرة ويمكن للنظرية فضلاً عن ذلك أن توفر فروضاً للبحث من خلال عملية القياس كما أنها من خلال عملية الاستقراء تستطيع ان توجه مادة البحث إلى تعليمات تضاف إلى النظرية[1].

ومن هذا المنطلق وتأكيداً لما سبق ذكره فإن علماء الاتصال اعتبروا أن النظرية هي مصطلح مرادف لكلمة "نسق" أي أنها تطلق على مجموعة من المسلمات والبراهين ولا تطلق على قضية واحدة من قضايا النسق، أي أن النظرية هي جملة تصورات مؤلفة تآلفاً عقلياً تهدف إلى ربط النتائج بالمقدمات وهي فرض علمي يمثل الحالة الراهنة للعلم ويشير

1 - نظريات الاتصال، د. محمد حجاب، ص٢٥٢

إلى النتيجة التي تنتهي عندها جهود والعلماء أجمعين في حقبة معينة من الزمان"[1].

فقد اعتبرها "هيدجر" بانه افتراض المقولات التي تكون لها وظيفة سيبرنطيقية وخالية من أي معنى أيدولوجي انطولوجي ومن ثم تهيمن الخاصية الإجرائية للتفكير الحسابي في مقابل المعرفة الساذجة وهي المعرفة التي لا تستند إلى مجموعة من التصورات العلمية"[2].

هذا وقد اعتبر الباحثون أن مصطلح النظرية من المصطلحات الغامضة التي لا يستطيع العالم الاجتماعي استعماله بسهولة استعمالاً صحيحاً في كتاباته وبحوثه فقد يشير الاصطلاح إلى النظام التجريدي الذي يجمع بين الأفكار، ويوحد بينها ويضعها في قالب يعكس معنى المفاهيم التي يطرحها العالم في سياق أبحاثه الأكاديمية، وفي حالة القدرة على اشتقاق القوانين التي تتسم بالتنبؤ من هذا النظام التجريدي فإن النظرية تتحول إلى نظام نظري يستطيع بناء النظرية أو القانون"[3].

قصة انطلاق نظريات الاتصال

ترتبط النظريات الحديثة نسبياً بأبحاث فروع علم الاجتماع وهو الفرع الذي أصبح أكثر فروع هذا العلم أهمية منذ الستينات فمنذ أن كتبت عالم الاجتماع الأمريكي "مريجرت ميد" كتابها الهام "العقل

---

1 - مرجع سابق، ص٢٥٣

2 - مرجع سابق، ص٢٥١.

3 - لمزيد من الإطلاع انظر مرجع سابق، ص٢٥١- ٢٥٥

والذات والمجتمع" عام ١٩٣٤م تحدد مجال البحث في هذا العلم وتحدد توجه الفكر النظري بموضوع السعي إلى تحديد وتحليل أصول المعاني الرمزية وخصوصاً تلك التي تتكون منها الثقافات الإنسانية، وتحديد القنوات والسبل التي يتم عن طريقها نقل تلك المعاني وانتشارها.

ومع تطور البحث في مجالات الاتصال أصبح لدينا الآن العديد من النظريات التي تشتمل على القواعد والقوانين التي تتحكم في عملية الاتصال.

ومن خلال العودة إلى الدراسات المتعلقة بنظريات الاتصال وخاصة الآراء التي انطلقت من أفكار أفلاطون وأرسطو فقد ناقش أفلاطون الدعاية من خلال الخطابة والأخيرة هي رسالة اتصالية تهدف إلى التأثير على عقول الجماهير والسيطرة على سلوكهم لأغراض مشكوك فيها وذلك في مجتمع معين وزمان معين، والدعاية بهذا التعريف نوع من الاستهواء وليست نوعاً من الإقناع كما يقول الصحفي ولترليمهان[1].

وبالمقابل فإن أرسطو عنى بأنماط العلاقات التي كانت قائمة بين المدن الإغريقية، ومن هنا فإن الدراسات الحديثة ركزت على التكالف وهو أحد وظائف الاتصال والإعلام والدعاية والانتقال أو الهجرة، وفي هذا نجد قبولاً عاماً لما جاء به هارولد لاسويل سنة ١٩٨٤م من قاعدة تستند إلى ركائزها عملية الاتصال من خلال ما يلي:

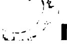
---

1 - الإعلام وحرية المجتمع في موكب التاريخ، د. محمود متولي و لطفي عبد القادر، مكتبة نهضة مصر، ١٩٨٧، الطبعة الأولى، ص١٩

Who?	١. من ؟
Says whom?	٢. يقول ماذا؟
With what effect?	٣. باي تاثير؟

وإلى جانب ذلك فقد عنيت هذه الدراسات بالتجارة وبالبريد كنمط أخر من أنماط التبادل والاتصال الغير مباشر، وفي هذا الصدد اعتبر ريتشارد ميريت أن تدفق التجارة والبريد ومواد التبادل الأخرى تخلق الظروف الطبيعية لفعل الاتصال، وتشكل ميزات إلى أشكال أخرى من التواصل أكثر مباشرة، ومن الأمثلة التي عينت بالاتصال وتحديد دوره ما كتبه "كارل دويتش" وخاصة في كتابه "الحكومة"[١] الصادر ١٩٦٢ وكتابه القومية والاتصال الصادر ١٩٦٦ ويعتقد دويتش بإمكانية قياس التكامل بين افراد الشعب بمدى قدرتهم على تسلم وبث معلومات تشمل مواضيع مختلفة وذات أبعاد متسقة، وبقليل من فقدان التفاصيل او التأخر الزمني وهو ما يتقبل النظرة الأنثروبولوجية التي تذهب إلى ان المجتمع المتناسق "Community" يتكون من أناس عرفوا كيف يتصل او يتواصل بعضهم مع بعض ويفهم كل منهم الآخر، وأن الحضارة بشكل عام تيسر الاتصال وتكون المجتمع المتناسق[٢].

إن المجتمع أو الدول كما يرى دويتش يمكن ان تعمل تسوية تحت اكثر من ظرف، اي ان المهم توفر جسوراً غير منقطعة من الاتصال



1 - مرجع سابق، ص٢٦٦.
2 - مصدر سابق، ص٢٦٧

الاجتماعي كان تقوم مثلاً جماعات محددة بالتنسيق بين الدول المتقاربة سياسياً، ومن المهم أن تتبناه الدولة بصرف الدول الأخرى المتناسقة معها.

هذا وعلى ضوء ما توصل إليه ديتوش إلى اعتبار أن الاتصال كمتغير يتمثل في الجوانب التالية[1]:

١. الاتصال الشخصي مثل البريد والتلفون.
٢. الاتصال عبر الوسائل الجماهيرية مثل وسائل الاتصال المسموعة والمرئية والمطبوعة.
٣. الاتصال عبر تبادل زيارات النخبة كما في السياحة والتمثيل الدبلوماسي وانتقال المعلمين والتلاميذ.
٤. المواصلات كما في السكك الحديدية والتنقل الجوي والبري والمائي.

نعود مرة أخرى إلى دويتش فقد فرق ما بين المجتمع والحضارة أو المجتمع Society والمجتمع المتناسق ذو التنظيم المشترك Community تماثل بصورة ما، نفرق ما بين التكنولوجيا الحديثة بين هندسة القوة Power وهندسة الاتصال Communication ففي هندسة القوة يتم نقل للطاقة الكهربائية وفي هندسة الاتصال يتم نقل المعلومات Information والأخيرة لا تنقل احداثاً بل روابط منمطة بين الأحداث[2].

ومن جهة أخرى وقبل أن نستعرض أبرز نظريات الاتصال أو المعلومات Information theory يقع الاتصال حينما يزدوج نظامان أو منظومتان Two System عبر واحدة أو أكثر من النظم، فالاتصال عبر

---

1 - مرجع سابق، ص٢٦٨.

2 - مرجع سابق، ص٢٦٨.

التلفون لا يقع إذا لم يتسلم الطرف الثاني الصوت من الطرف الأول، وهكذا يمكن أن يعرف الاتصال والإعلام ضمن شروط قدرته على التقليل من عدم التأكد أو الاضطراب لدى الطرف المستلم[1].

ومن جهة ثانية اعتبر عالم الاتصال ولبير شرام أن القوى بإمكانية قياس المعلومات المتنقلة عبر السلسلة على أساس من وحدات متعددة مثل الحروف والأصوات والوقائع.

كما وعرف دويتش الشعب بأنه مجموعة كبيرة من الأشخاص يرتبطون بعادات وأجهزة للاتصال وأن اختيار تكامل أي مركب اتصالي يتمثل في أثر الاتصال، ويشمل هذا الاختيار في سرعة ودقة وتعقيد وضخامة الرسائل يضاف إلى ذلك أثرها في الجانب الآخر، ومن أجل تحليل التكامل اعتبرت الدراسات إلى أن استخدام تبادل الأخبار والبضائع وغيرها هو نمط من أنماط التبادل بين الدول، وفي هذا الصدد يقول دويتش بأن الشعوب تتميز بعضها عن بعض بحدود اتصالية وبهويات ملحوظة في كفاءة الاتصال، وعلى ذلك اعتبر أن التبادل هو خطوة لإبراز وتميز جانب لدى جانب آخر[2].

وهنا يطرح السؤال التالي هل الدراسات التي امتدت إلى نظريات الاتصال في الغرب كان هدفها تحقيق رسالة الاتصال بين الشعوب أم أن الهدف هو هدف اقتصادي سياسي أي الهيمنة على مقدرات الشعوب.

ومن خلال النظر إلى الدراسات في هذا الشأن تبين لنا أن هذه الدراسات أهملت انتقال الاتصال الجماهيري ووظيفته لتبرير هدف واحد

---

1 - مرجع سابق، ص٢٦٩.

2 - لمزيد من الإطلاع انظر مرجع سابق من ص ٢٦٩ - ٢٧٢.

وهو انتقال التجارة وقد برر علماء الاتصال ذلك بأن الهدف هو اختلاف اللغة بين تلك الأقطار[1].

بالإضافة إلى تطور الأجهزة الاتصالية وتقدمها في كل دولة بصورة تجعلها في حاجة غير ماسة إلى المواد الاتصالية من الأقطار الأخرى، ومن جهة أخرى فقد برر علماء الاتصال هذه الظاهرة وعلى رأسهم ولبير شرام، وري يجلز، وأنّ أباب وجاء هذا التبرير على الشكل التالي[2]:

١. أن هناك أكثر من وجهة نظر تؤكد على أهمية وسائل الاتصال الجماهيرية في تحقيق التكامل والنمو الاقتصادي والاجتماعي.
٢. الحاجة الماسة إلى المزيد من التأمل النظري والدراسات التطبيقية في مجال انتقال المعلومات على كافة الصعد.
٣. الحاجة الماسة لدراسة وسائل الاتصال الجماهيرية من جانبها الإنتاجي ومحاولة الاستجابة للرغبات المختلفة عبر أماكن متعددة إضافة إلى الجانب الاستهلاكي.
٤. أن الاتصال الجماهيري قد توغل داخل البنى الاجتماعية ومن الصعوبة بمكان القيام بأي نشاط سياسي بدونه من منطلق أن أجهزة الإعلام تعمل في خدمة القضايا السياسية التي تؤثر في علاقات الأفراد بالنظام السياسي وهي لها دور في معرفة القضايا السياسية وقادتها بما يؤثر بشكل ما على القرار السياسي الذي يتخذه.

---

1 - مرجع سابق، ص٢٦٩- ٢٧٢.

2 - نظريات الاتصال، د. زكي الجابر، ص٢٧٢- ٢٧٤.

نلخص في نهاية حديثنا إلى أن أجهزة الاتصال تزود ذاكرة الإنسان، وأن الإنسان كما يراه دويتش يستجيب للمعلومات القادمة بما تشترطه المعلومات التي تستدعي من الذاكرة ويمكن تصور منطقة القرار متمثلة حيث تمتزج الرسائل من أجل تحديد مخرجات نظام أو نسق في اتخاذ القرار[1].

أنواع نظريات الاتصال

تزخر أدبيات البحث الإعلامي في مجال النظريات الاتصالية بالعديد من المصادر والمراجع عن النظريات من حيث نشأتها وتطورها من منطلق أن الاتصال بين البشر قديم منذ القدم لكنه لم يدخل طاولة البحث إلا متأخراً حيث تمكن العلماء والباحثين في جمع وتنظيم المعلومات والبيانات المتوفرة، وقد تمكنوا من وضع مبادئ وأسس وافتراضات نظرية، وهذه النظريات عبارة عن الأطر الفكرية والفلسفية التي شخصتها بعض النماذج والمدارس النظرية والفكرية.

وبالعموم فإن أشهر النظريات الاتصالية التي عرفها الفكر الاتصالي عبر مسيرة تاريخ الاتصال الإنساني تتمثل في الآتي:

أولاً- نظرية ماكلهون:

فقد بحثت هذه النظرية في دور وسائل الاتصال والإعلام وتأثيرها على المجتمعات وبالمناسبة فإن ماكلهون كان يعمل أستاذ للأدب الإنجليزي في جامعة كورنتو في كندا، ويعتبر من أشهر المثقفين في حقل

---

1 - مرجع سابق، ص٢٧١- ٢٧٩

الاتصال في النصف الثاني من القرن الماضي وقد انطلقت نظريته من فكرتين:

١ - أن وسائل الاتصال والإعلام هي وسائل للنشر والمعلومات والترفيه والتعليم.

٢- أنها جزء من سلسلة من التطور التكنولوجي.

وفي هذا الصدد يقول ماكلهون أن مضمون وسائل الاتصال لا يمكن النظر إليه مستقلاً عن تكنولوجيا الوسائل الاتصالية والإعلامية نفسها، فالكيفية التي تعرض بها المؤسسات الاتصالية الموضوعات والجمهور الذي توجه له رسالتها يؤثران على ما تقوله تلك الوسائل، ولكن طبيعة وسائل الاتصال التي يتصل من خلالها الإنسان تساهم في تشكيل المجتمعات أكثر مما يشكلها مضمون الاتصال، فحينما ينظر ماكلهون إلى التاريخ يأخذ موقفاً نستطيع أن نسميه بالحتمية التكنولوجية، وهذا يعيدنا إلى ما قاله كارل ماركس بالحتمية الاقتصادية أو الحتمية التاريخية، وبأن التنظيم الاقتصادي للمجتمع يشكل جانباً أساسياً من جوانب حياته، بينما ماكلهون يؤمن بأن الاختراعات التكنولوجية العامة هي التي تؤثر أساساً على المجتمعات فحسب بل إنه أكد أن التحول الأساسي في الاتصال التكنولوجي يجعل التحولات الكبرى تبدأ ليس فقط في التنظيم الاجتماعي ولكن أيضاً في الحساسية الإنسانية، كما واعتبر أن محددات النظام الاجتماعي تكمن في طبيعة وسائل الاتصال التي من خلالها تتم عملية الاتصال، وبدون الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه لا نستطيع أن نفهم المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي تطرا على المجتمعات[1].

---

1 - الأسس العلمية لنظريات الإعلام، د. جيهان رشتي، ص٢٧١- ٢٧٣.

ويضرب ماكلهون مثالاً على ذلك فيقول إن اختراع اللغة المنطوقة هو الذي فرق ما بين الإنسان والحيوان ومكن البشر من إقامة المجتمعات والنظم الاجتماعية وجمل التطور الاجتماعي ممكناً، وبدون اختراع الكتابة ما كان التحضر ممكناً بالرغم من أن الكتابة ليست الشرط المسبق الوحيد للحضارة، فالإنسان يجب أن يأكل أولاً قبل أن يكتب، إلا أنه اعتبر أنه بفضل الكتابة تم خلق شكل جديد للحياة الاجتماعية، وأصبح الإنسان على وعي بالوقت، وأصبح التنظيم الاجتماعي يمتد من مجتمع شفهي حرف، فالحروف الهجائية هي تكنولوجيا يستوعبها الطفل الصغير بشكل لا شعوري تماماً بالاستيعاب التدريجي للكلمات ومعانيها فهي تعد الطفل لكي يفكر ويعمل بطرق معينة بشكل آلي، فالحروف الهجائية وتكنولوجيا الطباعة طورت وشجعت عملية التجزئة وعملية التخصص والابتعاد، بينما عملت تكنولوجيا الكهرباء على تقوية وتشجيع الاشتراك والتوحيد[1].

إن أهم ما جاء به ماكلهون عن تأثير وسائل الاتصال أنه قسم هذه الوسائل إلى قسمين اثنين[2]:

أولهما: وسائل باردة: ويقصد بها تلك التي تتطلب من المستقبل جهداً إيجابياً في المشاركة والمعايشة والاندماج فيها.

ثانيهما: الوسائل الساخنة: فهي تلك الوسائل الجاهزة المحددة نهائياً والتي لا تحتاج من المشاهد أو المستمع إلى جهد يبذل أو مشاركة أو معايشة فالكتاب والتلفزيون وسائل باردة أما الطباعة

---

1 - مرجع سابق، ص٣٧٣.

2 - نظريات الاتصال، كتاب إلكتروني على شبكة الانترنت، بدون اسم مؤلف



والإذاعة والسينما فهي وسائل ساخنة وإذا لم يكن بوسع المرء أن يتوافق مع آراء ماكلهون من أفكار يسميها هو اختبارات أكثر من نظريات، وإذا لم تكن الوسيلة هي الرسالة فمن الواضح أنها أخطر من مجرد أداة لزيادة عدد الجماهير من القراء والمستمعين والمشاهدين، وإذا كان من الصعب إيجاد دليل قوي لإثبات هذه الأفكار أو رفضها فإنها على الأقل تجعلنا نتساءل عما إذا كانت وسائل الاتصال لها القدرة على تغيير الإنسان.

بالمقابل فقد اعتبر ماكلهون أن وسائل الاتصال الالكترونية ساهمت في انكماش الكرة الأرضية وتقلصها في الزمان والمكان حتى أصبح يطلق عليها القرية العالمية، وبالتالي زاد وعي الإنسان بمسؤولية إلى درجة قصوى فإنه يرى أن هذه الحالة الجديدة أدت ما يمكن تسميته بعصر القلق لأن الثورة الإلكترونية الفورية الجديدة تجبر الفرد على الالتزام والمشاركة بعمق، وبغض النظر عن وجهة النظر التي يتبناها، فوجهة النظر الخاصة الجزئية مهما كان مقصدها لن تغير في عصر الكهرباء والإلكترون الآلي الفوري وربما يكون هذا الراي وغيره يمثل الأرضية التي نبع منها مفهوم العولمة الذي أصبح حقيقة واقعة.

وطالب ماكلهون بالابتعاد عن مصطلح الحتمية التكنولوجية والاستعاضة عنه بمصطلح آخر وهو أن المتلقي يجب أن يشعر بأنه مخلوق له كيان مستقل قادر على التغلب على هذه الحتمية التي تنشأ نتيجة لتجاهل الناس ما يحدث حتمياً ولا مفر منه من منطلق إذا عرفنا التغيير

يمكننا أن نسيطر عليه ونستخدمه في أي وقت نريد بدلاً من الوقوف بوجه عام، وبالمجمل فإن مراحل التغيير حسب نظرية ماكلهون في الاتصال انطلقت من ما يلي:

١. المرحلة الشفوية وهي مرحلة ما قبل التعلم أي المرحلة القبلية.
٢. مرحلة كتابة النسخ: وهذه المرحلة ظهرت بعد هومر في اليونان القديمة واستمرت ٢٠٠٠سنة.
٣. عصر الطباعة: واستمرت من ١٥٠٠- ١٩٠٠م.
٤. عصر وسائل الاتصال الجماهيرية وانطلقت من عام ١٩٠٠م إلى الآن.

ويختصر ماكلهون نظريته في الاتصال من خلال الأشكال التالية والتي تنحصر فيما يلي:

١. الاتصال الشفهي: فقد اعتبر ماكلهون أن الناس بطبيعتهم يتكيفون مع الظروف المحيطة عن طريق توازن الحواس الخمسة بعضها مع بعض، وكل اختراع تكنولوجي جديد يعمل على تغيير التوازن بين الحواس، ويضرب مثالاً على ذلك: فقبل اختراع الطباعة على يد جوتنبرغ للحروف كان التوازن القبلي القديم يسيطر على حواس الناس حيث كانت حاسة السمع هي المسيطرة، فالإنسان في عصر ما قبل التعلم كان يعيش في عالم به أشياء كثيرة في نفس الوقت، كما وعاش الإنسان في ظلام عقله في عالم العاطفة معتمداً على الإلهام البدائي والخوف، وكان الزمن والمسافة يتم إدراكهما سمعياً، وكان الشعر الذي يتغنى من أكبر أدوات التحضر، وكان الاتصال الشفهي هو الرابطة مع الماضي، وكانت

المعاني ذات المستويات المتعددة هي الطابع العام، وهي معاني كانت قريبة جداً من الواقع فالكلمات لا تشير إلى الأشياء بل هي أشياء، وكلمة الإنسان ملزمة وذاكرة الإنسان قوية جداً بالمستويات الحديثة والصور الذهنية التي تصاحب أفكاره سمعية، فهو يستخدم كل حواسه، ولكن في حدود الصوت، ونظراً لأن الناس في ظل النظام كانوا يحصلون على معلوماتهم أساساً عن طريق الاستماع إليها من أناس آخرين فقد اقترب الناس من بعضهم البعض في شكل قبلي، وقد فرض عليهم أسلوب حصولهم على المعلومات أن يؤمنوا بما يقوله الآخرون لهم بشكل عام لأن تلك هي نوع من المعلومات الوحيدة المتوفرة لهم فالاستماع كان يعني الإيمان.

ومن هنا فقد كان لأسلوب الاتصال على الناس وجعلهم عاطفيين أكثر من منطلق أن الكلمة المنطوقة عاطفية أكثر من المكتوبة، وكان رد فعل الإنسان البدائي القبلي الذي يعتمد على حاسة الاستماع على المعلومة يتسم بقدر أكبر من العاطفة فكان من البساطة بمكان مضايقته بالإشاعات، كما أن عاطفته وعواطفه تمتاز بالسطحية وكانت الكتابة هي الوسيلة والأداة التي جعلت دورة الحضارة الإنسانية تنطلق، فكانت خطوة إلى الأمام من الظلام إل النور فاليد التي قامت بملء جلود الحيوانات بالكتابة هي نفسها اليد التي شهدت المدن.

٢. الاتصال المطبوع: امتازت مجتمعات ما قبل الكتابة بأنها كانت تحتفظ بموروثها الثقافي في ذاكرة أجيالها المتعاقبة، ولكن تغيرت

أساليب التخزين، حيث أصبحت المعلومات تختزن عن طريق الحروف الهجائية، وبهذا حلت العين مباشرة مكان الأذن. وفي هذا الصدد اعتبر ماكلهون أن الصحافة انتقلت نقلة نوعية بعد اكتشاف الطباعة، وبذلك تحررت الإنسانية من سيطرة القوى المحافظة لمؤسسة القبيلة والكنيسة، وباختيار الطباعة اكتملت ثورة الأحرف الهجائية، وانعكس هذا الوعي والتنوير الذي عاشته أوروبا والعالم معاً حيث زاد عدد الكتب، وتم فك رموز القراءة وتعددت النسخ المتطابقة، وساعد المطبوع على نشر الفردية لأنه شجع كوسيلة أو أداة الشخصية للتعلم، أي المبادرة والاعتماد على الذات بل إن الطباعة خلقت الشخصية للفرد فأصبح يكتب لوحده، ويقرأ لوحده ويعبر عن رأيه وأصبح المجتمع يحصل على معلوماته بدون تدخل من أي سلطة كانت.

إن اختراع الطباعة ساعد على تشكيل العقل من جديد فقد شجع الإنتاج الجماهيري للمواد المطبوعة على بروز القوميات الأوروبية مع بداية القرن التاسع عشر، وكذلك ساعدت على نشر الأفكار التنويرية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، كما أن الطباعة دعمت الأفكار الإصلاحية الدينية البروتستانتية و ساهمت في الانفصال ما بين العقل والقلب والعلم عن الفن وساعدت على سيطرة التكنولوجيا والمنطق المكتوب، كما أنها ساندت حركة تحرير الإنسان والصحافة وتحرير المرأة.

أبرز الانتقادات التي وجهت لنظرية ماكلهون

من أكثر الباحثين انتقاداً لهذه النظرية الباحث "ريتشارد دبلاك" الذي اعتبر أن مصطلح القرية العالمية التي زعم ماكلهون وجودها لم يعد لها وجود حقيقي في المجتمع المعاصر وفي هذا الصدد يقول بلاك ان التطور الذي استند إليه ماكلهون عند وصفه للقرية العالمية استمر في مزيد من التطور بحيث ادى إلى تحطيم هذه القرية العالمية وتحويلها إلى شظايا، فالعالم الآن أقرب ما يكون إلى البناية التي تضم عشرات الشقق السكنية التي يقيم فيها أناس كثيرون ولكن كل فرد منهم يعيش في عزلة ولا يدري شيئاً عن جيرانه الذين يقيمون معه في البناية، ويمكن أن يوصف هذا التطور بأنه تحول من التجميع إلى التفكيك أو التفتيت أو اللامركزية حيث أتاحت تقنيات الاتصال الحديثة المتمثلة بالأقمار الصناعية والحاسبات الإلكترونية ووصلات الميكروويف والألياف الضوئية عدداً كبيراً من خدمات الاتصال خلال العقدين الماضيين مثل التلفزيون الكابلي التفاعلي والتلفزيون منخفض القوة والفيديو كاسيت، والفيديوسيك وأجهزة التسجيل والموسيقى المتطورة وخدمات الفيديوتكس والتلهتكس أو الاتصال المباشر بقواعد البيانات والهواتف النقالة والبريد الإلكتروني التي اندمجت في شبكة الاتصالات المعروفة بالانترنت، وجميعها وسائل تخاطب الأفراد وتلبي حاجاتهم ورغباتهم الذاتية، وقد نتج عن هذه التقنية الجديدة تقلص اعداد الجماهير التي تشاهد برامج الشبكات الرئيسة وخدمات الإذاعة المسموعة والتلفزيون التي تعمل بنظام الهوائي التقليدي، لقد ظل الاتجاه الرئيسي لوسائل

الاتصال الجماهيري حتى ما قبل عقدين يميل إلى توحيد الجماهير "Massification" بمعنى تقل الرسائل الاتصالية نفسها إلى قطاعات جماهيرية واسعة وتوحيد الرسائل وتعدد الجماهير المستقبلة لهذه الرسائل.

تلك كانت بعض آراء هارولد انيس التي وافق عليها " ماكلوهون " ولكن تناول ماكلوهون لتلك الأفكار هو تناول سيكولوجي[1] أي أنه يميد للأذهان افتراضات الباحثين "سابر ورف" بالغرم من أن ماكلوهون مهتم بالطريقة التي تؤثر بمقتضاها وسائل الاتصال والإعلام، ففكرته الرئيسة تقوم على أن وسائل الاتصال والإعلام لا تنقل فقط معلومات بل إنها تقول لنا ما هو نوع العالم الموجود؟ وهذا لا يجعل حواسنا تثار وتتمتع فقط، ولكنها تعدل نسبة استخدامنا للحواس وتظهر في الواقع شخصيتنا، ولم يكن مكلوهان أول من قال أن الأشياء التي نكتب عليها كلماتنا لها أهمية أكبر من الكلمات نفسها، ولكن الطريقة التي قدم لنا بمقتضاها هذه الفكرة هي التي تقتبس باستمرار فهو يقول الوسيلة هي الرسالة لأن طبيعة كل وسيلة وليس مضمونها هو الأساس في تشكيل المجتمعات.

ثانياً - نظرية التوازن والاتصال:

ركزت هذه النظرية على الأسلوب التي تؤثر بمقتضاه حالة الفرد السيكولوجي التي تتسم بالتوازن أو بعدم التوازن على استجابته، ويقصد بالحالة المتوازنة الوضع الذي تكون فيه معتقداتنا وأفكارنا واتجاهاتنا وسلوكنا وعلاقاتنا الاجتماعية في حالة تآلف أي تتفق تلك المعتقدات

---

1 - نظريات الاتصال، د. محمد حجاب، ص٢٦٧.

والسلوك مع بعضها البعض، وتعمل معاً دون أن يؤدي ذلك إلى حدوث ضغط وبحيث تكون قادرة على مقاومة التأثير الخارجي، ومن ناحية أخرى فالحالات التي تتسم بعدم التوازن الذي يحدث فيها صراع أو تناقض بين مشاعرنا وأعمالنا وتصرفاتنا ،وفي هذه الحالات نمر بتجربة الإحساس بالنزاع السيكولوجي، ونصبح معرضين للتأثير الخارجي، والإنسان بصفة عامة يبحث عن الوضع الذي يتسم بالتوازن ويفضل ذلك الوضع، وهو يحاول أن ينظم أفكاره ومعتقداته واتجاهه وسلوكه بطرق تجعلها تتصف بالاتفاق فعلى سبيل المثال فالأعضاء في جماعة دينية لا يتبرعون لأعضاء في جماعة علمانية ملحدة، والناس الذين بيوتهم من زجاج لا يقذفون الآخرين بالحجارة[1].

إن نظرية التوازن تقترح أن الطريقة التي تحقق بها الاتفاق تكشف عن طبيعتنا المنطقية أو غير المنطقية، وفي هذا الصدد يضرب لنا الباحث "ليون منستنجر" مثالاً على الرجل الذي قام بحفر حفرة في أرضية حجرة المعيشة بمنزله حتى يتفق وجود الحفرة مع اعتيادة القفز كلما مرّ فوق جزء معين في الحجرة وهذا المثال كما تقول جيهان رشتي متطرف وخيالي.

هذا واتفقت آراء العلماء الذين درسوا الاتفاق ونتائجه على السلوك والاتجاهات على أن عدم الاتفاق هو حالة مؤلمة أو على الأقل غير مريحة سيكولوجياً، ولكنهم اختلفوا في تطبيقها بشكل عام و اكثر مفاهيم الاتفاق تقييداً وتحديداً هو مبدأ الائتلاف الذي يقتصر على مشاكل

---

1 - الأسس العلمية لنظريات الإعلام، د. جيهان رشتي، ص ٢٤٠- ٢٤١.

تأثير المعلومات عن أشياء وأحداث على الاتجاهات نحو مصدر المعلومات وأكثر النظريات عمومية هي فكرة التعارض والتناظر في المعونة التي تهتم بالاتفاق بين المعارف وهذا النموذج هو نموذج هيدر العام، ومن هنا فإن نظريته حددت نوعية من العلاقات بين الناس أولها علاقات متصلة بالمشاعر وثانيها علاقات متصلة بالوحدة[1].

فعلى صعيد العلاقات "علاقات المشاعر" فإن هذه النظرية اهتمت بالاتجاهات "نظرية هيدر" وهي نتيجة للطريقة التي نشعر بها ونقيم بها شيئاً آخر وتتضمن مشاعر الحب والإعجاب والقبول أو عكس تلك المشاعر، وهذه المشاعر قد تكون إيجابية أو سلبية ويتوقف ذلك على اتجاه الفرد ونقل هذه المشاعر وكأنها وصلة أو علاقات تربط بين إدراك الفرد وظرف من الظروف، وتعبر هذه المشاعر عن اتجاهاتنا نحو الآخرين ونحو الأشياء عن الفرد، وبين هاتين النظريتين نجد أفكار التوازن والاستمرية التي تهتم بالاتجاهات نحو الناس والأشياء وعلاقاتها مع بعضها البعض سواء داخل بناء معرفة فرد واحد كما هو الحال في نظرية التوازن عند هيدر أو بين مجموعة من الأفراد كما هو الحال في الضغط لتحقيق الاستمرية عند ينوكمب[2].

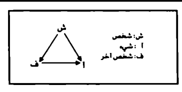
أبرز نظريات التوازن والاتصال

١. نظرية هيدر: قدم فريدز هيدر أول نماذج الاتفاق التي تركز على العلاقات بين ثلاث أشياء والنموذج التالي يوضح ذلك:

---

1 - العلاقات النفسية الشخصية، فريتز هيدر، ص١٧١.

2 - مرجع سابق، ص٢١٢- ٢١٣.



وترى النظرية أن هناك نوعين من العلاقات بين الناس والأحداث وهي[1]:

1. علاقات المشاعر: تهتم بالاتجاهات وهي نتيجة للطريقة التي نشعر بها وتقيم بها شيئاً وتتضمن مشاعر الحب والإعجاب والقبول أو عكس تلك المشاعر، والأخيرة قد تكون إيجابية أو سلبية ويتوقف ذلك على اتجاه الفرد وقد تكون هذه المشاعر وكأنها وصلة أو علاقة تربط بين إدراك الفرد وظرف من الظروف وتعبر هذه الظروف عن اتجاهاتنا نحو الآخرين ونحو الأشياء الموجودة في الظروف المحيطة بنا، وهي تميل إلى الاتفاق مع بعضها البعض وفي هذا الصدد يقول هيدر "نحن نميل إلى أن نحب أو نكره فرداً معيناً بشكل كلي وحينما يمكن التمييز بين عدة مشاعر، نجد تلك المشاعر تتماثل في علاقاتها وعلى سبيل المثال يتواجد الحب والإعجاب معاً، ولكن إذا احب الفرد شخصاً لا يحترمه سوف يتسم الوضع بعدم التوازن".
2. العلاقة مع الوحدة: إن العلاقات مع الوحدة هي كيانات تسير معاً في ابسط الأشكال يكون الأفراد والأشياء اللذان يتواجدان معاً

1 - مرجع سابق، ص٢٤٥- ٢٤٦.

وحدات وعلى سبيل المثال الزوج والزوجة يكونان وحدة، وإمام المسجد والمصلين يكونون وحدة، ويؤكد هيدر أن أساس هذه الوحدات هو التوازن[1].

خلاصة نظرية التوازن عند هيدر هو أن الحالة غير المتوازية تسبب توتراً يولد جهداً أو جهوداً تهدف إلى استعادة التوازن ومن وجهة نظر الاتصال فإن نظرية هيدر هي تشبه نموذج المستوى الذاتي فهي تهتم بعمليات الاتصال التي تحدث داخل الفرد وكل التغيرات التي تطرأ على النظام تحدث نتيجة الإدراك[2].

ثالثاً- نظرية التعارض و التنافر في المعرفة:

تعريفها: "وجود اتجاهات في داخل الفرد متنافرة ومتعارضة، والتوافق هو أن الإنسان يعمل على جعل اتجاهاته متفق عليها أو تتفق مع بعضها البعض ومع سلوكه فالعلاقة بين ما يعرفه الفرد والطريقة التي يتصرف بها ليست بسيطة لأن الناس بشكل عام تتصرف بطرق تتفق مع ما يعرفونه"

ومن هنا فإن الفرد حينما يدرك أن هناك خطراً يهدده سيلتزم الحذر، إن نظرية التعارض والتنافر في المعرفة تنطلق من عدم وجود اتفاق سيكولوجي، وهذا الاتفاق لا يفسر عملية الاتصال بل يبرر تبريراً بل إن هذا يدخل ضمن دائرة الاحتمال وليس الفرضية أو النظرية لاحقاً حيث أن

1 - مرجع سابق، ص٢٤٦- ٢٤٩

2 - نظريات الإعلام، د. جيهان رشتي، ص٢٥١

من المحتمل أن يقدم الفرد على سلوك معين بدون أن يكون لديه مبررات كافية وبعد أن يقدم عليه يحاول أن يبحث عن تبريرات إضافية لسلوكه.

ومن هنا وكما تقول د. جيهان رشتي أنه في أي وقت من الأوقات يكون لدى الفرد معلومة تجعله يمتنع لو أخذها هي فقط بالاعتبار عن القيام بعمل أو سلوك معين لو أقدم على هذا السلوك الذي يتناقض مع تلك المعلومة أو الرأي سيحدث تنافر وتعارض، وإذا حدث هذا التنافر أو التعارض سيعمل الفرد على تقليله إما بتغيير سلوكه أو بتغيير معتقداته وآرائه، وهذه العملية السيكولوجية التي يطلق عليها تقليل التعارض أو التنافر تفسر ما نلاحظه باستمرار من أقدام الناس على تبرير أفعالهم.

وتبعاً لآراء الباحث ليون فيتنجر المفترضة أن الإنسان يعمل على جعل اتجاهاته تتفق مع بعضها البعض ومع سلوكه وينبع من افتراض "فيتنجر" عدد من النتائج الهامة والمثيرة هي[1]:

١. أن التنبؤ بأي عملية تنطوي على اتخاذ قرار أو اختيار بين بديلات سيؤدي إلى حدوث حالة تنافر خاصة إذا تضمن البديل الذي لم يتم اختياره على خصائص سلبية كان يحتمل أن تجعل الفرد يرفضه.
٢. إن حالة التنافر التي تنشأ بعد اتخاذ القرار تجعل مزايا البديل الذي تم اختياره تزيد مزايا البديل الذي لم يتم اختياره.

ووفقاً لافتراضات فيتنجر أن التعارض ينشأ نتيجة للأسباب التالية:

١. وجود تعارض أو عدم اتفاق منطقي.

---

1 - الأسس العلمية لبحوث الإعلام، د. جيهان رشتي، ص٢٦٨.

٢. أن الأنماط الشعبية الثقافية التي يقبلها الناس بدون نقاش فالي لأنها تعكس وجهات نظر الجماعة الأخلاقية الأساسية.

٣. عمومية الرأي.

٤. التجربة السابقة.

ومن خلال النظر إلى هذه الأسباب نجد أن المصدر الأول للتعارض هو عدم الاتفاق المنطقي الذي يحدث حينما تتبع معلومة أخرى بشكل منطقي، والمصدر الثاني هو الأنماط الثقافية الشعبية المقبولة، والمصدر الثالث هو عملية الرأي والمصدر الرابع هو تجاربنا الماضية.

طرق تقليل التنافر

١. التخلص من التنافر من خلال تغيير السلوك.

٢. التأثير على الجانب المتصل بالظروف المحيطة.

٣. إضافة عناصر معرفة جديدة.

هذا وقد يطرح السؤال التالي كيف نحدد أساليب تقليل التنافر إن القاعدة الأساسية لتقليل التنافر تنطلق من أسهل الطرق أولاً ذ محاولة تغيير الأمور الضعيفة المقاومة للتغيير، وهذا يعتمد على جملة م الافتراضات التالية:

١. ظروف اتخاذ القرار.

٢. ظروف فرض الخضوع.

٣. ظروف التعرض للمعلومة.

٤. تجنب المعلومة أو نسيان ما قرأه.

٥. تغير آرائه ويقتنع بأن آراءه كانت عبثاً ويريد التخلص منها.

أما التعرض الاختياري أي البحث المتعمد عن المعلومات: هذا الاختيار يجعل الفرد يتخذ قراره بطرق عقلية جداً أي يكون في ذهن الفرد قرار ثابت وهدف ثابت فوجود حالة تنافر لا تؤثر فقط على تقبل الفرد لمحاولات التأثير ولكنها تؤثر على الاتصال، فآراء الفرد ليس من السهل دائماً تغييرها، وبهذا فالفرد في محاولته تقليل التنافر قد يبحث عن التأييد الاجتماعي من الآخرين لرأي جديد يريد أن يقبله وبكلمة بسيطة سيؤدي إلى حدوث اتفاق بين آراء الفرد الخاص وما قاله علانية.

التعرض للمعلومات

اعتبر علماء الاتصال أن الفرد بطبيعته يلجأ لتغيير عناصر المعرفة المتصلة بالظروف المحيطة بالتعرض الانتقائي للمعلومات، فالفرد يبحث عن المعلومات لتقليل حالة التنافر التي تتفق مع آرائه ويبتعد عن المعلومات التي تتنافر معها، ويمكن النظر إلى التعرض الانتقائي للمعلومات، من خلال:

١. التعرض غير الاختياري.

٢. التعرض الاختياري.

فالأول يمكن الفرد من تقليل عدم ارتياحه من خلال ما يلي:

١. إساءة إدراك المعلومات: النظر إلى الإحصاءات والأرقام أنها منحازة أي يعرف أو يسيء فهم ما قرأه، ولضمان قيام الفرد للقيام بعمل لا يفعله يتعرض عادة للضغط الذي يكون إما على شكل عقاب أو عدم خضوع، والحصول على جزء من الخضوع، وكلما قل

الضغط الذي يفرض للقيام بالسلوك الذي لا نريده كلما زادت حالة التنافر أو التعارض وإذا لم ننجح بتقليل التعارض بتحريف أو إنكار الحقيقة فإن سلوكنا يتسم بعدم الاتفاق وسيؤدي نقص الضغوط الخارجية إلى جعلنا نلجأ إلى سلوكنا، ومن الناحية النظرية يزداد حدوث التغيير في الاتجاه حينما يكون الضغط الواقع علينا لجعلنا نقوم بسلوك بسيط جداً.

باختصار شديد إذا تم إغراء الفرد بأن يسلك سلوكاً مخالفاً لاعتقاده الخاص وكان الجزاء الموعود أو المضايقة التي يتجنبها بسيطة سيؤدي ذلك إلى حدوث اتفاق بين رأي الفرد الخاص وما قاله علانية.

الظروف التي ينطوي عليها تأييد اجتماعي

حينما يتفق الآخرون معنا في الرأي نشعر بالراحة داخلياً، وحينما يختلفون معنا نشعر بالضيق فالاتفاق مع الآخرين يقلل حالة التنافر وعدم الاتفاق مهم يزيد التنافر ويتوقف قدر التنافر الذي يسببه عدم الاتفاق أو نقص التأييد الاجتماعي على عدة عوامل:

١. كلما زادت أهمية القرار زاد التنافر.

٢. كلما قلت جاذبية البديل المختارة كلما زاد التنافر، وكلما زادت جاذبية البديل الذي لم يختار بالتالي سوف يزيد التنافر.

أما بالنسبة لفرض الخضوع فهو يعتمد على الطرف الذي ينطوي عليه فرض الخضوع وهو يشير بذلك عادة إلى الضرورة أي أن الفرد يظهر للقيام بسلوك معين قد لا يفعله بإرادته أو مختاراً.

التأييد الاجتماعي أو عدم الاتفاق

الاتفاق بالرأي يقلل حالة التنافر وعدم الاتفاق يزيد التنافر ويتوقف قدر التنافر الذي يسببه عدم الاتفاق أو نقص التأييد الاجتماعي على عدة عوامل:

١. توفر وسيلة معينة لاختبار الموضوع مدار الاختلاف.

٢. حجم الجمهور الذي يختلف أو يتوافق مع الرأي والرأي الآخر، ولذلك فإنه كلما زاد عدد المؤيدين قل التنافر والعكس صحيح.

٣. أهمية الموضوع المطروح حيث يلعب دوراً في زيادة إيقاع التنافر ويقل كلما قل أهمية الموضوع.

٤. الرغبة المتوفرة للفرد في خلق التنافر سواء على المستوى الفردي أو الجماعي فالاختلاف مع الصديق يخلق تنافراً أكبر من المحايد أو العدو.

٥. ثقة الطرف الآخر الذي نختلف معه.

نخلص في نهاية حديثنا بأن نظرية التعارض والتنافر في المعرفة التي قدمها لنا "فيتنجر" فهي نظرية عامة للسلوك الإنساني وتغطي مجال الاتصال البشري وهي علاوة على ذلك تهتم بالتغيرات السيكولوجية الداخلية وعلاقة الفرد الاتصالية بالآخرين واتجاه التغيير والسلوك الذي يحدث دائماً حينما تتواجد علاقات لا تتسم بالاتفاق[1].

---

1 - الأسس العلمية لنظريات الإعلام، د. جيهان رشتي، ص٢٧٩.

رابعاً- نظرية تحصين المتلقي:

تعتبر هذا النظرية من النظريات الاتصالية التي تغرس في المتلقي روح المقاومة والممانعة للتغيير والتحصين.

أساليب التحصين ضد الدعاية المضادة

من أبرز الأساليب الفعالة والناجحة في تحصين الفرد والمجتمع ضد المعلومات ووسائل الدعاية المضادة يمكن إجمالها في القضايا التالية:

١- الالتزام السلوكي والعقائد والأيدولوجي العلني أي من خلال دفع الفرد لإعلان موقفه الذي يعلن التزامه به بحيث يرفض التراجع عنه حتى لا يظهر وأنه كذاب مراوغ أي نجعله يحافظ على ماء وجه، وهذا الأسلوب يجعل الفرد ملتزماً اجتماعياً بتأييد اعتقاد معين قد يكون طريقة فعالة للتأكد من مقامته للاقتناع براي مضاد.

٢- جعل المتلقي يقاوم الإقناع من خلال العمل على ربط معتقدات الفرد بالأشياء التي يعرفها وربط هذا الاعتقاد بالقيم المشتركة المقبولة سيجعل الفرد أكثر مقاومة للآراء التي تحاول أن تغير اتجاهه، ولضمان مقاومة أي إقناع مضاد، علينا أن نربط الاعتقاد بجماعات مرجعيته محل تقدير واحترام.

٣- تحصين الفرد ضد الإقناع من خلال إثارة الخوف والقلق لديه حتى يزيد في المقاومة للمعلومات المضادة أو العادية.

ومن أقوى أسلحة المقاومة المضادة تحصين الفرد بالقناعات والعقائد وتحصينه بالحجج التي تزيد وجهة نظره سيعطي الفرد مقاومة

اكبر تساعده بالمحافظة على آرائه ومبادئه وبالتالي تحصينه باتجاهين داخلي وخارجي والأهم من ذلك تعبئة الفرد تعبئة شاملة من خلال تحذيره من مخاطر الدعاية المضادة وكيفية مواجهتها.

خامساً- النظريات الإمبريقية:

بعد الحرب العالمية الثانية بدأت تظهر الرغبة لإعلان استقلال علم الاتصال، لكن هذه المحاولة فشلت في ذلك وانقسم العلماء إلى مدرستين كبيرتين للاتصال هما:

1. المدرسة الامبريقية التجريبية بقيادة عالم السياسة لازرسفيلد.
2. المدرسة النقدية بقيادة قدماء مدرسة فرانكفورت الألمانية بقيادة "هوركايمر- ادورنو، وماركيوز، وفروم" الذين هاجروا إلى امريكا بعد الحرب العالمية الثانية.

والآن سنتناول أبرز النظريات عن هاتين المدرستين.

المدرسة الامبريقية "التجريبية": ركزت هذه المدرسة على المنهج الكمي بالوظيفة وقد حافظت هذه المدرسة على مطالبها الرئيسية ومع ذلك فإنها تفرغت إلى مداخل مختلفة تبعاً لتركيز اهتمام الباحثين على الآثار والاستعمالات والمحتوى وعلى النحو التالي[1]:

١- نظرية الحقنة تحت الجلد

إن الدراسات الأولى لوسائل الاتصال بنيت على أساس النظرية القائلة بأن تأثيرات وسائل الاتصال والإعلام على حياتنا مباشرة وقوية

1 - الاتصال مفاهيمه ونظرياته ووسائله، د. فضيل دليو، دار الفجر، ص٢٩-٣٠.

وقد افترضت أن مجرد عرض ووصف العمل الإجرامي كاف لتحفيز على زيادة السلوك الإجرامي بين الجمهور غير المحصن وقد عرف هذا المنظور لاحقاً بنظرية الحقنة تحت الجلد لأنه شبه تأثير وسائل الاتصال والإعلام بحقنة في عروق الجمهور، وهي حقنة ضارة في معظم الأحيان ومفيدة في معظمها.

منطلقات نظرية الحقنة

لقد انطلقت هذه النظرية من الافتراض القائل بأن الغليان الاجتماعي المصاحب للتصنيع أضعف كثيراً حصانة الناس، ولهذا كان من السهل استمالتهم وتزويدهم بخبرات جديدة والتأثير عليهم بواسطة وسائل الاتصال والإعلام، والسبب في هذا التأثير هو أن عملية التصنيع عطلت وظائف الجماعات القديمة الأكثر استقراراً والتي توفر للناس الإحساس بالولاء والانتماء لكن هذه العملية فشلت في إيجاد بديل وظيفي لتلك الجهات.

ومن جهة أخرى فإن المصدر الثاني لهذه النظرية استمد من المدرسة السلوكية النفسية التي ظهرت في السنوات الأولى من القرن الماضي وترى هذه المدرسة أن الفعل الإنساني يصاغ وفقاً لانعكاسات شرطية لمثيرات محيطية خارجية تشكل نماذج سلوك مستقرة يمكن تمييزها، ومن هنا فإن الفعل الاجتماعي ليس اختيار شخصي مبني على معارف ومعتقدات مختلفة.

أبرز الانتقادات التي وجهت لنظرية الحقنة:

اعتبر بعض العلماء أن نظرية الحقنة تحت الجلد ضعيفة جداً لأنها كانت تنظر إلى الناس كمتلقين سلبيين لرسائل وسائل الاتصال التي تنتزع إرادتهم الشخصية بواسطة حقن رسائلهم، إلا أن الجماهير في واقع الأمر تتكون من أفراد يختارون ويرفضون ويفهمون ويتفاعلون وهو ما أدى إلى تطوير هذه النظرية من خلال نماذج معدلة لها ومخففة من حدة تأثير وسائل الاتصال الذي تعتقده، وذلك من خلال نماذج معدلة لها ومخفضة من حدة تأثير وسائل الاتصال الذي تعتقده، وذلك من خلال إدخال عمليات نفسية وثقافية واجتماعية تساهم في تشكيل هواتف الجمهور، كما هو الحال مع نظرية التدفق على مرحلتين التي عنيت بأهمية قادة الرأي كوسائط في توجيه الرأي العام.

٢ - نظرية الاستعمال والرضا

منطلقات النظرية: انطلقت هذه النظرية من أبحاث روادها الأوائل وعلى رأسهم "أرنهايم" الذي حاول الكشف عن الوظائف النفسية التي تؤديها المسلسلات لربات البيوت، وكذلك إسهامات "بيرلسون" الذي استغل إضراب الصحافة للتأكد من الدوافع التي تجعل القراء يفتقدون يومياتهم المعتادة، وقد انتشر هذا التوجه الوظيفي في السبعينات من القرن الماضي حيث كشف الباحثون من مجهوداتهم حول دراسة رضا الجمهور محاولين وضع معاملات الارتباط الجبري بين طلبات ودوافع الجمهور

"الاستعلام، تأكيد الهوية، الاندماج، التسلية" وتجاربه ومحيطه الاجتماعي، وبدون استعمالات لوسائل الاتصال.

أما في أيامنا هذه فالباحثون يهتمون بالمشاركة الإيجابية للجمهور في بناء معاني خاصة بالوسائل التي يستقبلها وذلك في إطار مقارنة نفسية اجتماعية وتفاعلية مع الديناميكية الثقافية للمحيط الذي ينتمي إليه هذا الجمهور[1].

ومن خلال ما تقدم ذكره يتبين أن منظور الاستعمالات والرضا يقع على النقيض من النظريات التي تقدس تأثير وسائل الاتصال، لكن الأصل كما يتضح من بعض المجالات الموالية هو التقريب بينها ولأجل ذلك يجب مواجهة بعض مفاهيم وافتراضات هذا المنظور[2].

٣- نظرية الانتشار والابتكارات

منطلقات النظرية: انطلقت هذه النظرية من الدراسات والأبحاث المنجزة في إطار تمديد وتعميق العلاقات الشخصية، وأطلق عليها بعض الباحثين نظريات التأثير المحدود أو البحوث التي تجري حول انتشار المبتكرات أو الأفكار المستحدثة، وهذه النظرية تشبه نظرية تدفق انتقال وسائل الاتصال على مرحلتين مع توسعها في مراحل التدفق ووسائطه[3].

---

1 - مرجع سابق، ص٢٠- ٢١.

2 - الاتصال مفاهيمه ونظرياته ووسائله، دار الفجر، د. فضيل دليو، ص٢١- ٢٢

3 - مرجع سابق، ص٢٢

إن هذه النظرية تركز على تحليل مجموع عملية الابتكار حيث تركز الاهتمام على انتشار المبتكرات على مراحل وعلى المعرفة الامبريقية "التجريبية" للعوامل المساعدة على تبني الابتكار المدروس من طرف الأشخاص، ولقد أكد الباحثون في هذا المجال على الأهمية الرئيسية للاتصال ولعنصر الوقت في عملية تبني المبتكرات، ومن جهة أخرى تفترض هذه النظرية ان وسائل الاتصال اكثر فاعلية في التعريف بالمبتكرات مقابل فاعلية قادة الراي خصوصاً والاتصال الشخصي عموماً في تشكيل المواقف حول هذه المبتكرات[1].

هذا وقد حدد علماء الاتصال الخصائص المؤثرة في قبول وانتشار المبتكرات في خمسة عناصر وعلى رأسهم عالم الاتصال روجرز وشومخر:

١. النفقة المادية.
٢. الانسجام مع القيم السائدة.
٣. درجة التعقيد من حيث الفهم والاستخدام.
٤. القابلية للتقسيم والتجزئة.
٥. قابلية التداول "الوضوح وسهولة النشر".

كما وحدد العالمان عملية تبني المبتكرات فيما يلي:

١. الوعي بالفكرة "الإطلاع".
٢. الاهتمام.
٣. التقويم.

---

1 - مرجع سابق، ص٣٢.

٤. التجريب.

٥. التبني.

٤- نظرية المؤثرات الثقافية وتحليل الإنماء

منطلقات النظرية: انطلقت هذه النظرية من أبحاث عالم الاتصال جيربز حيث سلطت الضوء على الربط ما بين محتوى الاتصال الجماهيري والمؤثرات الثقافية وتحليل الإنماء على الأفراد والمجتمع، فقد انطلقت من منظور وظيفي تمكن من معالجة محتوى وتأثيرات الاتصال وخاصة الاتصال الجماهيري المتلفز، فقد انطلقت أبحاث هذه النظرية من أفكار مدرسة "جورج نبرج" للاتصال ولذلك فقد انطلقوا من خلال الاعتماد على منهج البرهنة والإثبات أن للتلفزيون تأثيراً في تكوين الرأي العام على المدى البعيد، وذلك من خلال زراعة المواقف والأذواق واختيارات الجمهور، ولهذا أطلق على إسهامات عميد مدرسة "انبنرغ" جيربز وأتباعه نظرية المؤثرات الثقافية وتحليل الإنماء أو الزرع الخاص بثقافة التلفزيون، وقد أفرد هؤلاء العلماء تحاليل واسعة للعنف، والتفرقة الجنسية، الشيخوخة، الموت، الأقليات، وبرهنوا في أبحاثهم على وجود بون واسع بين عالم التلفزة والواقع الحقيقي.

أهداف النظرية والمنظرين لها

انطلقت أهداف المنظرين لهذه النظرية من تحليل رسائل التلفزيون التي تعالج ما هو موجود، وما هو مهم، وما هو سليم، وشكل تفاعل الأشياء "الانتباه، التركيز، الاتجاه، البيئة" من خلال الكشف عن محددات الحياة العامة وتصوراتها ومشاكلها من خلال تحليل المضمون

التلفزيوني في نهاية الأسبوع، وخلال ساعات المشاهدة المرتفعة، هذا وقد ركزت هذه النظرية من خلال دراسات "نبرج" على ديمقراطية التلفزيون، ووصف أدوار الذكور وتصورات العنف[1].

هذا وقد ذهبت النظرية بالقول بأن المشاهدة الطويلة والمستمرة للتلفزيون تخلق اعتقاداً للمشاهد بأن العالم المشاهد يعكس صورة طبق الأصل عن الواقع المعاش، كما وذهبت النظرية إلى أن الجمهور التلفزيوني يصنف إلى ثلاث فئات من حيث كمية المشاهدة إلى:

١. كثيف المشاهدة.
٢. معتدل المشاهدة.
٣. قليل المشاهدة.

وهذا التفاوت مرده قوة الإدراك لدى المشاهدين للواقع المعاش بطريقة متسقة مع ما يشاهدون، وتوصلت النظرية في هذا الصدد إلى أن المشاهدين كثيفي المشاهدة يقعون ضحية أو ضحايا الخوف والشعور بالتهديد والتشاؤم وقلة الثقة والاغتراب[2].

الانتقادات التي وجهت للنظرية

انصبت معظم الانتقادات من خلال التأكيد على أن للتلفزيون مساهمات كبيرة في خلق التصورات عن الواقع الذي يعيشه الفرد والمجتمع، ومن هذا المنطلق فإن علماء الاتصال تصدوا لهذه النظرية وعلى رأسهم "دوب، ومكادولاند، وهيرش، وهيوج" فقد طالب كل من دوب

---

1 - مرجع سابق، ص٣٢.
2 - مرجع سابق، ص٣٣.

ومكدولاند إلى ضرورة مراجعة العلاقة ما بين التلفزيون والمشاهد وخاصة الخوف من الجريمة، حيث اعتبر أن الخوف الشديد من الجريمة يرجع إلى الوسط الاجتماعي وهو المسؤول عن الجرائم وليس المشاهدة التلفزيونية هي المسؤولة عن ذلك أي نقل تأثير الجريمة من علم الاتصال إلى علم اجتماع الجريمة.

بينما عالم الاتصال "هيرش" توصل من خلال دراسته إلى أن العلاقة الإنمائية ليست خطية أو تصاعدية مع نسبة المشاهدة بل هي منحنية خطية تقارب اتجاهات عديمي المشاهدة، والمدمنين أكثر من تقارب أي صنفين متتالين من الأصناف الباقية.

في المقابل فقد شكك "هيوج" في فرضيات "جربنر" وخاصة المتعلق منها بترتيب المتغيرات التي تسبب الخوف من الخروج ليلاً والتشاؤم، فليس التلفزيون في تقديره هو المسؤول عن الخوف والاغتراب بل إن الأشخاص الأكثر اغتراباً وخوفاً هم الذين يمكثون أكثر في بيوتهم مما يزيد من فرصة المشاهدة الكثيفة للتلفزيون، وعلى ضوء ذلك توصل "هيوج" إلى أن نسبة المشاهدين للتلفزيون ليست سبباً بل هي نتيجة لمحددات أخرى أهم، ومنها مؤشرات انحراف الأحداث الذي ذكره دوب ومكادولاند[1].

هذا وقد تدارك جربنر ورفاقه بعض هذه الانتقادات المنهجية في أعمالهم لكن دون إسقاط افتراضاتهم الأساسية، فادخلوا مفهوم التيار السائد الجارف نحو الإنماء المتوقع رغم قوة المؤثرات الاجتماعية الأخرى،

1 - الاتصال مفاهيمه نظرياته ووسائله، د. فضيل دليو، ص٢١

والرنين المؤدي إلى تضخم الإنماء عند كل من تؤكد رسائل التلفزيون تجربتهم الشخصية السلبية[1].

٥- نظرية البقية

انطلقت هذه النظرية من خلال إجراء مقاربة "سوسيولوجية" حيث حددت أي من الشروط التي يصبح فيها الأفراد تابعين لوسائل الاتصال الجماهيرية، كما وطرحت النظرية الأسباب التي تجعل وسائل الاتصال الجماهيرية تؤثر بالأفراد.

لكن منظرين آخرين محسوبين على هذه النظرية أكدوا على العلاقة المتزايدة والمتبادلة ما بين نظام وسائل الاتصال والأنظمة الاجتماعية الأخرى من جهة والجمهور من جهة أخرى في إطار تركيب عضوي.

هذا وقد افترضت النظرية الافتراض التالي "كلما وفرت وسائل الاتصال خدمات معلوماتية مهمة كنشر الأخبار والترفيه كلما كان الجمهور تابعاً لها"، ومن هذا المنطلق فهم يرون أن الأفراد الأكثر تبعية لهذه الوسائل هم الأكثر تعرضاً لتأثيراتها في معتقداتهم وتصوراتهم عموماً.

ومن اشهر مؤسسي هذه النظرية كل من "ديفلير، بال، وكيش" حيث افترضوا ثلاث بدائل لتفهيم تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية والتي انحصرت فيما يلي[2]:

---

1 - مرجع سابق، ص٢١.
2 - مرجع سابق، ص٢٥

١. النوع البنيوي، يوجه إلى تشخيص الظروف السياسية والاقتصادية والثقافية التي شكلت عمل وسائل الاتصال الجماهيري في وقت تاريخي محدد.
٢. تشخيص أوجه التشابه والاختلاف ما بين الاتصال الجماهيري والشخصي.
٣. بديل نفسي اجتماعي ويهدف إلى تحديد كيف يؤثر الاتصال الجماهيري على الأشخاص نفسياً واجتماعياً وثقافياً.

٦-النظرية النقدية

منطلقات هذه النظرية: انطلقت هذه النظرية بقيادة قدماء مدرسة فرانكفورت الألمانية من أمثال "هوركايمر، أدورنو، ماركيوز، فروم" الذين هاجروا إلى الولايات المتحدة الأمريكية بعد الحرب العالمية الثانية، وانتقلت هذه المسؤولية إلى مركز الدراسات الثقافية المعاصرة في مدينة برمنجهام الإنجليزية، فقد امتازت المدرسة النقدية الكلاسيكية من خلال الاعتماد على المنهج الكمي في التحليل وبالوظيفة الوضعية، بينما المنظرون النقديون الجدد ركزوا على تحليل المحيط الثقافي والاجتماعي الذي تتم فيه عملية الاتصال، حيث أطلق البعض عليها المدخل الاجتماعي الثقافي.

مرجعيات النظرية: انطلقت مرجعيات هذه النظرية من الفكر الماركسي حيث ركز اتباعها ومنظروها قبل ذلك على المحيط الاقتصادي والسياسي والثقافي والاجتماعي للبلد الذي تمت فيه عملية الاتصال، ولذلك طرحوا عدة تساؤلات أبرزها من يتحكم بالاتصال ولماذا

هذا التحكم والفائدة منه؟ كما وندّدوا بالموقف الإداري للنظرية التجريبية الإمبريقية التي يعيبون عليها تركيزها على وظائف الاتصال وعلى مساعدة رجال الأعمال على فرض نفوذهم وخدمة الثقافات المهنية، وإهمالها للمحيط التاريخي والثقافي وهو الأمر حسب رأيهم الذي يشوه الحقيقة[1].

هذا وقد انقسم اتجاه هذه النظرية إلى عدة اتجاهات وهي[2]:

١. الاتجاه المتقارب مع الاقتصاد السياسي: حيث انطلقوا في دراستهم للاقتصاد السياسي من منظور ماركسي.

٢. ركزوا على تحليل بنية أو نسق ملكية وسائل الاتصال والمؤسسات الاقتصادية والمالية والسيطرة عليها وكيفية عملها.

أما المقاربة الشمولية فهي شبيه بسابقاتها مع فرق بسيط وحيد يتمثل بكون أصحابها يعطون الأولوية للعامل الأيديولوجي على حساب الاقتصادي.

كما واعتبرت النظرية الثقافية النقدية والنظرية الامبريالية الثقافية اللتين هما من مواليد المدرسة النقدية فالأولى تكونت من جامعة بيرمجهام بريادة ستيوارت والتي حللت معنى الثقافة الشعبية من خلال مجموعة من التجربة الثقافية، مطالبة بتحليل الكل بدل عزل مجال الثقافة بعينه.

واعتبرت هذه النظرية أن الدور الثقافي لوسائل الاتصال يتميز بسيادة علاقة هيمنة بين من يملك ومن لا يملك لكنها رفضت التفسير

---

1 - الاتصال مفاهيمه ونظرياته، د. فضيل دليو، ص٣٧.

2 - مرجع سابق، ص٢٨- ٢٩.

الماركسي الاقتصادي، ونفت وجود علاقة متكافئة ما بين الثروة والتفكير السياسي.

أما الثانية فإن باحثيها وتحت اسم الامبريالية الثقافية يتكلمون عن عملية زرع منتجات الاتصال الجماهيري الغربية في البلدان النامية معتبرين أن القيم الموردة إلى هذه الأخيرة هي القيم الرأسمالية التي تلوث الطبيعة المحلية وتستعمرها عن طريق الرسائل المبعوثة وقد ركزت النظرية النقدية على المحاور التالية[1]:

١. دراسة محتوى وسائل الاتصال على المستوى الكلي وتوضيح موقف الهيمنة من خلال الطريقة التي تعكس بها العلاقات الاجتماعية والمشكلات السياسية.
٢. تجاوز تحليل المحتوى التقليدي إلى الاهتمام أكثر بالبناء اللغوي والفكري للنص الإعلامي.
٣. تجاوز مفهوم الجمهور الموحد والتأكيد على تباين تفسيراته للرسائل الاتصالية والإعلامية عند فكه للرموز النخبوية، وعلى عناده ومقاومته لها عن التطبيق.

٧- نظرية دوامة الصمت

وهي من النظريات التي حللت دور وسائل الاتصال في التأثير على الرأي العام على المدى الطويل وخاصة الحملات السياسية والانتخابية، وانطلقت هذه النظرية من أفكار عالم الاتصال "نويل نيومان"، وجاءت فرضية النظرية من خلال أن أغلبية الأفراد يخافون أن يلفظوا وأن

1 - انظر كتاب مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، بسام المشاقبة، من ص٢٨- ٢٩.

يصبحوا غير شعبيين، يحاولون تمثيل آراء الآخرين واتباع رأي الأغلبية الذي عادة ما يكون متسقاً مع الأفكار التي تدعمها وسائل الاتصال من منطلق أن وسائل الاتصال لها دور كبير في تشكيل الرأي العام لأنها تعتبر المرجعية وذلك من خلال ثلاث متغيرات[1]:

١. التأثير التراكمي؛ من خلال تكرار الرسائل وشمولية سيطرتها على المحيط الإعلامي.

٢. التجانس الاتصالي بين القائمين على الوسائل الاتصالية.

هذا وتكمن تأثيرات هذه العوامل مجتمعة على الرأي العام في قدرتها على التقليل من فرصة الجمهور المتلقي في أن يكون له رأياً مستقلاً حول القضايا المثارة، وفي تحييد الأفراد المعارضين لاتجاهها، والذين غالباً ما يتخذون موقف الصمت خوفاً من الاضطهاد والعزلة وبحثاً عن التوافق الاجتماعي وهكذا تتواصل قوة الآراء السائدة في شكل تصاعدي لولبي.

الانتقادات التي تعرضت لها هذه النظرية:

١. قلة صدقها الإمبريقي.

٢. التشكيك في صحة افتراضي اتساق وتكرار المضامين الاتصالية والإعلامية للوسائل وفي حساسية هذه الأخيرة بمعزل عن المؤثرات الأخرى، وفي كونها تعبر دائماً عن رأي الأغلبية الحقيقية لأنها تعكس رأي الأغلبية المزيفة التي تروج لها.

---

1 - مرجع سابق، ص٢٨.

٨- نظرية مولس الثقافية

انطلقت هذه النظرية من أفكار "مولس" والمتضمنة أن وسائل الاتصال تحول الثقافة عن طريق ما يسميه بالثقافيات أو الفسيفساء الثقافية والأخيرة حسب تعريفه لها ما هي إلا عبارة عن الأفكار الجديدة الدائرة في رسم بياني يتمثل محركها الأساسي في وسائل الاتصال.

إن وسائل الاتصال حسب هذا التعريف لها دور كبير للعبه في الثقافة الحديثة بل إنها تعتبر في الواقع الناقلات الحقيقية للاتصال والثقافة[1].

٩- نظرية ترتيب الأولويات

قامت هذه النظرية على أكتاف كل من "ماك كومب وشاو" وانطلقت من فرضية مؤداها أن الوظيفة الأساسية لوسائل الاتصال فيما يجب أن يفكر به الجمهور وليس كيف يفكر، وقد حدد كل من "شاو ومارتن" أربعة أنواع بحثية لقياس ترتيب الأولويات وهي[2]:

١. قياس أولويات اهتمام الجمهور ووسائل الاتصال والإعلام اعتماداً على المعلومات التي تجمع بواسطة المسح الاجتماعي وتحليل المضمون.
٢. التركيز على مجموعة من الملفات والقضايا، ولكن مع نقل وحدة التحليل من المستوى الكلي إلى الفردي.

---

1 - مرجع سابق، ص٢٩- ١٠.
2 - مرجع سابق، ص٣٢

٣. دراسة قضية واحدة في وسائل الاتصال والإعلام عند الجمهور في فترتين زمنيتين مختلفتين.

٤. دراسة قضية واحدة مع الانطلاق من الفرد كوحدة للتحليل.

سادساً- النظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال

أصبحت المؤسسات الاتصالية من جهة والإعلامية من جهة أخرى مؤسسات اقتصادية ضخمة جداً بل هي عبارة عن شبكات اتصال ضخمة تتنافس داخلها المصالح ومراكز القوى والنفوذ فحسب بل هي في الحقيقة نظم معقدة للسلطة المالية والسياسية والأمنية معاً، ففي كل لحظة تصدر قرارات هامة جداً من قلب هذه المؤسسات، وأن الدراسات والأبحاث الاتصالية جاءت متأخرة وخاصة في حقل القائمين على الاتصال من محررين، ومندوبين، ومخرجين ورؤساء تحرير.

ونظراً لأهمية القرارات بالنسبة للجماهير يجب علينا أن نعرف الأسلوب الذي يتم بمقتضاه اتخاذ القرارات وطبيعة القائم بالاتصال، والأمور المتعلقة التي تؤثر على اختيار المواد الإعلامية والقيم والمستويات التي يعتنقها القائمون بالاتصال.

لماذا أهملت الدراسات القائم بالاتصال؟

اتفق عدد من علماء الاتصال أن من الصعوبة بمكان تفسير السبب في إهمال الباحثين حتى وقت قريب لدراسة ما يحدث داخل المؤسسات الاتصالية والإعلامية ودراسة القائمين على الاتصال، وعلينا أن نعترف عند تحديد تأثير الرسالة الإعلامية بأن القائم بالاتصال لا يقل

أهمية عن مضمون الرسالة، ليس معنى هذا أن الباحثين لم يكتبوا عن رجال الاتصال والإعلام القدامى فالواقع أن تاريخ الاتصال والإعلام وخاصة الصحافة حافل، كذلك تقوم الجامعات بتدريس ما يحدث داخل المنشآت الاتصالية والإعلامية لطلبتها ولكن ما نريد أن نقوله ونؤكد عليه هو لابد من القيام بتحليل وظائف الاتصال الاجتماعية ودور العاملين لهذه المؤسسات أي المحررين والصحفيين والمخرجين... والظروف والعوامل التي تؤثر على اختيار المنتج الإعلامي وعلى سبيل المثال فالأخبار يصنعها الصحافيون ولكن كيف يصنع هؤلاء الأخبار؟ وما هي الالتزامات المهنية والأخلاقية التي يفرضها الصحفي على نفسه وما هي طبيعة السيطرة والواقع التي تلجأ إليها المؤسسة.

الدراسات النظرية عن القائم بالاتصال:

أول من كتب عن النظريات الاتصالية المتعلقة بالقائمين بالاتصال في وسائل الاتصال والإعلام هو عالم النفس النمساوي الأمريكي الجنسية "كرت ليون" حيث وضع نظرية القائم بالاتصال والتي أطلق عليها نظرية حارس البوابة، هذا وقد اعتبر علماء الاتصال والإعلام معاً أن نظرية "ليون" من أفضل النظريات الاتصالية والإعلامية التي تناولت القائم بالاتصال والإعلام، والدراسات المتعلقة بحارس البوابة وبالمناسبة لا يوجد حارس للبوابة واحد بل تعدد الحراس تقع ضمن مجال الدراسات التجريبية والمنتظمة لسلوك أولئك الحراس الذين يسيطرون على المنتج الاتصالي والإعلامي في نقاط مختلفة ويراقبون تدفق النشرات الإخبارية والقصص والتقارير التي أصبحت لا تعد بالعشرات بل بالمئات والألوف.

مـن جهـة أخـرى فـإن أول دراسـة تناولـت بالـشرح واقـع القـائمين بالاتـصال هـي دراسـة "روسـتن" الـتي ظهـرت ١٩٣٧م تحـت عنـوان مراسـلي واشـنطن سـنة ١٩٣٧م وتعتبر هـذه الدراسـة مـن وجهـة النقـاد الاتـصاليين والإعلامـيين بأنهـا دراسـة كلاسـيكية عـن سـيكولوجيا المراسـل الصحفي، ولكن في عام ١٩٤١م نشرت مجلة الصحافة ربع السنوية التي تـصدر في ولايـة أيـوا الأمريكيـة دراسـة مهمـة عـن العـاملين بجريـدة "ملواكي" وكان من الممكن أن تفتح هذه الدراسة الباب لإجراء دراسـات مماثلة عن المؤسسات الاتصالية والإعلامية الأخرى ولكـن مضت فـترة طويلة دون أن تظهـر أبحـاث تتنـاول القـائمين بالاتـصال ومؤسـساتهم إلى أن جـاءت أبحـاث عـالم الاتـصال ديفيـد مـانج دايـت في دراسـته حـول حـارس البوابة وانتقاء الأخبار التي أعطت دفعة قوية للبحث في هـذا المجـال المهم، ولكن الفضل كما أشرنا سابقاً يعود إلى عـالم النفس النمـساوي الأصـل الأمريكـي الجنـسية "كـرت ليـون" في تطـوير مـا أصـبح يعـرف بنظريـة حارس البوابة الإعلامية[1].

هذا وقد اعتبر علماء الاتصال أن الدراسات التي قام بها لوين تعتبر مـن أفـضل الدراسـات المنهجيـة في مجـال حـراس البوابـة وفي هـذا الـصدد يقول ليون أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور هناك نقاط أو بوابات يتم فيها اتخاذ قرارات بما يـدخل ومـا يخـرج وانـه كلمـا طالـت المراحـل الـتي تقطعهـا الأخبـار حتـى تظهـر في وسـيلة الإعـلام ازدادت المواقع حتى يصبح فيها متاحاً لسلطة فرد او عـدة افـراد

١ - نظريات الاتصال، كتاب إلكتروني منشور على شبكة الانترنت بدون مؤلف

تقرير، إذا كانت الرسالة ستنتقل بنفس الشكل أو بعد إدخال بعض التغييرات عليها، لذا يصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات والقواعد التي تطبق عليها، والشخصيات التي تملك بحكم عملها سلطة القرار بحيث يصبح نفوذهم كبيراً في انتقال المعلومات، نخلص إلى نظرية حارس البوابة هي أول دراسة تجريبية ومنتظمة لسلوك أولئك الأفراد الذين يسيطرون في نقاط مختلفة على مصير القصص الإخبارية.

من هم حراس البوابة؟

إنهم الأشخاص الذين يقومون بالتقاط وجمع الأخبار والأنباء والمعلومات من مصادرها الإخبارية سواء أكانت وكالات الأنباء أو الصحف أو الأفراد أو المؤسسات أو الجماعات أو الجماهير فكل هؤلاء هم حراس البوابة.

متى نشأت دراسات حراس البوابة؟

اجريت أول الدراسات في الخمسينات حيث جرت سلسلة من الدراسات الهامة حيث ركزت على المحاور الرئيسية لحراس البوابة بدون استخدام مصطلح حراس البوابة حيث جاءت هذه الدراسات تحت مضامين شتى اهمها السيطرة و التحكم التنظيمي والاجتماعي في غرفة التحرير والأخبار والإدراك المتناقض لدور ومركز أو وضع العاملين التي تؤثر على اختيار الإعلاميين والمحررين والصحفيين لعرضهم للأنباء والأخبار، ومن ابرز هؤلاء الباحثين الأمريكين كل من "وارن بريد، روى كارتز، ستارك، جيبر، روبرت جاد، ووايت، كن مككروري وغيرهم من الباحثين[1].

---

1 - الأسس العلمية لنظريات الإعلام، د. جيهان رشتي، ص٢٩٥.

من جهة فقد نشر الباحث الأمريكي "شارنلي ميتشل" في عام ١٩٥١م دراسة غرف الأخبار الإذاعية والتلفزيونية والأفراد الذين يعملون بها، فيما نشر الباحث "سابين" دراسة عن كتاب الافتتاحيات في ولاية أويجون، كما وقدم لورنس دراسات عن محرري كنساس فيما لخص الباحث الأمريكي "ولتر جيبر" في مقاله حيث عرف الأخبار بأنها ما يجعلها الصحفيون أخباراً، حيث قدم نتائج الأبحاث الأساسية التي أجريت على حراسة البوابة، كما واقام في عام ١٩٥٦م بعمل دراسة على محرري الأنباء الخارجية في ١٦ جريدة يومية بولاية وسكنسون.

نتائج دراسات جيبير

جاءت نتائج هذه الدراسات كما تقول الدكتورة جيهان رشتي في كتابها الأسس العلمية لنظريات الإعلام على النحو التالي:

١. أن محرر الأنباء الخارجية كان في سلوكه الاتصالي سلبياً ولا يلعب دوراً فعالاً كقائم الاتصال، فهو لا يدرس بشكل انتقادي للأنباء التي تصله برقياً، واشارت إلى ان بعض محرري الصحف والأنباء الخارجية يعمل ملازماً لمكتبه ولا تختلف دوافعه عن المخبر الذي ينتقل من مكان إلى آخر لكي يجمع الأخبار، وهذا يؤثر على ما تختاره من أخبار، فحسب فقد وصف محرر الشؤون الخارجية بأنه صحفي كسول او اصبح في دائرة الكسل لأن رؤساؤه لا يشجعونه على أن يصبح نشيطاً.

٢. ليس لهذا المحرر إدراك حقيقي لطبيعة الجمهور فهو لا يتصل بذلك الجمهور في واقع الأمر بل إن الجمهور هو هدف ذلك المحرر وأن

هذه المهمة كانت تأتي بطريقة الصدفة، هذا وقد توصل إلى حقيقة هامة جداً وهي أنه بدون دراسة القوى الاجتماعية التي تؤثر على جمع الأخبار لا يستطيع أن نفهم حقيقة الأخبار.

كما وأجرى الباحث "وارين بريد" دراسة على القائمين بالاتصال والقوى الاجتماعية التي تؤثر على القائمين في الصحف سنة ١٩٥٥م وقد توصل إلى وجود عملية تأثير تحدد مضمون الصحف فمثلاً الصحف الضخمة صحف النخب تؤثر على الطريقة التي تعالج بها الصحف الصغيرة، تميل إلى تقليد الكبيرة وهذا بالتالي يحرم الجماهير من التفهير والتنوع وتلاقح الآراء ولا يساعد على خلق رأي عام واع.

كما وتوصل بريد في دراسة أخرى كيف تتحكم الصحف بالمنتج الصحفي والإعلامي من خلال عمليات الدفن والحذف للأخبار وخاصة الأخبار التي تهدد النظام الاجتماعي والثقافي أو تهاجمه أو تهدد إيمان القائم بالاتصال.

بذلك النظام الاجتماعي والثقافي، وأقر "بريد" بأن سياسة النشر هي التي تحدد سياسة الجريدة، وتوصل كذلك إلى أن الظروف الثقافية التي تحيط بالصحف في غرفة الأخبار والتحرير لا تؤدي إلى نتائج تفي بالاحتياجات الأوسع للديمقراطية، كما واستخدم الباحث الأمريكي المشهور "سوانسون" أساليب الملاحظة المباشرة والاستفسار ليحصل على معلومات عن معتقدات العاملين في جريدة يومية صغيرة وخصائصهم الشخصية، فيما تناول "بروستلي" محرري الأخبار الخارجية في صحف ولاية وسكنسون باستخدام سلم قياس القيم التي يؤمن بها المحرر الصحفي.

سابعاً - نظريات التقمص الوجداني:

ماذا نعني بالتقمص الوجداني؟

- المقدرة على فهم الحالة الذهنية لشخص آخر كأن تقول لشخص ما أنني أفهم مشاعرك[1].
- القدرة أن يضع الإنسان نفسه في أدوار الآخرين وتصور ما له، أو القدرة النفسية والحركية التي يمكن أن يكون لها تأثير كبير في شخصية الفرد، والشخصية الاجتماعية والتي ينظر إليها على أنها إحدى الخصائص التي يترتب عليها توفرها لدى الأفراد في المجتمع للنهوض والتقدم، وهذه القدرة ذات علاقة وثيقة بالاتصال، مع أن الاتصال يستهدف المشاركة في المعاني إلا أنه قد يؤدي في بعض الحالات إلى التأزم والنفور بين الأطراف تبعاً لعوامل متعددة منها ما يتعلق بنوع العملية الاتصالية وأسلوبها وأطرافها، ومنها ما يتعلق بالظروف الخارجية التي تجري فيها[2].

والسؤال الذي يطرح نفسه كيف يمكن تحقيق التقمص الوجداني؟ وما هي قيمته الاتصالية؟

تقول جيهان رشتي أول باحثة عربية كتبت عن نظريات الاتصال والإعلام على مستوى العالم العربي بأن الفرد يكتسب المقدرة على التقمص الوجداني من خلال التحرك المادي من مكان إلى آخر عن طريق

---

1 - الأسس العلمية لنظريات الإعلام، د. جيهان رشتي، ص ٢٩٧.

2 - تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، د. مجد الهاشمي، دار أسامة، ٢٠٠٤، ص٩.

التعرض لوسائل الاتصال والإعلام التي تجعل الجوانب النفسية مكان المادية وقيمة التقمص الوجداني للاتصال.

ما هي العناصر الرئيسية التي يجب أن تتوفر لأحداث التقمص الوجداني؟

١. وسائل مادية للاتصال.
٢. رجع الصدى التغذية الراجعة.
٣. المقدرة على التقمص الوجداني.

وهنا نطرح السؤال التالي ماذا نعني بالمقدرة على التقمص الوجداني؟ أي عمل استنتاجات عن الآخرين وتغيير تلك الاستنتاجات لتتفق مع الظروف الجديدة.

من ناحية أخرى وفي ذات السياق فقد عرفت المجتمعات الإنسانية التقمص الوجداني أكثر من ألف سنة مضت فقد أشار إليها أفلاطون، وسان جون، وسان أجستين، وسان توماس الاكويني، واسبينوزا، وقد اعتبرها كل من آدم سميث، وسبنسر عملية انعكاس بدائي، كما وناقش علماء بحجم "ليبس وريبوت شيلر" التقمص الوجداني من خلال تحليلهم للعطف.

لكن الفضل يعود إلى ثيودر ليبس" فهو أول من خلق هذا المصطلح ونحته والذي أطلق عليه المصطلح التالي "Feeling into"، فيما ساهم "جورج ميد" في تطوير نظرية التقمص الوجداني من خلال استنتاج مشاعر الآخرين وما سيفعلونه أو حينما نتوصل إلى التنبوات، وعندها يصبح لدينا مهارات يطلق عليها علماء النفس بالتقمص الوجداني أي المقدرة على

الإسقاط وتصور أنفسنا في ظروف الآخرين، ويساهم التقمص الوجداني في تطوير تلك المقدرة والتحرك المادي من مكان لآخر، والأهم أن وسائل الاتصال والإعلام تسعى إلى تطوير المقدرة على التقمص الوجداني بين الأفراد الذين لم ينتقلوا من مجتمعاتهم المحلية أبداً، لأن تلك الوسائل تنقل العالم الخارجي إليهم[1].

بعد هذا العرض يمكننا ان نضع تعريفاً للتقمص الوجداني بانه العملية التي نتوصل إليها بمقتضاها إلى توقعات عن الحالات النفسية الداخلية للإنسان.

أبرز نظريات التقمص الوجداني

١. نظرية الاستنتاج: تنطلق هذه النظرية من خلال الإنسان حيث انه يلاحظ سلوكه المادي مباشرة ويربط سلوكه رمزياً بحالته السيكولوجية الداخلية أي بمشاعره وعواطفه من خلال هذه العملية يصبح السلوك الإنساني معنى ذلك أن يصبح لتفسيراته معنى أي أن الفرد يطور مفهومه عن ذاته بنفسه على أساس ملاحظاته وتفسيراته لسلوكه الخاص.

من ناحية أخرى فقد اعتبر علماء الاتصال ان نظرية الاستنتاج رغم مزاياها لكنها لا تفسر التقمص الوجداني بشكل يبعث على الرضا ومع ذلك فإن نظرية الاستنتاج تعتمد على مفهوم الذات للخروج باستنتاجات عن الآخرين، كما أن هذه النظرية تحدد لنا كيف نتقمص وجدانياً.

---

1 - مرجع سابق، ص٢٩٧- ٢٩٨

٢. نظرية أخذ الأدوار في التقمص الوجداني: إن هذه النظرية تعالج الموضوع من حيث أن موضوع الذات لا يحدد التقمص الوجداني.

إن كلا النظريتين تعطيان أهمية كبيرة لطبيعة اللغة والرموز الهامة في عملية التقمص الوجداني وتطوير مفهوم الذات.

وبالمجمل فحينما نحاول أن نلعب دور شخص آخر نجمع في وقت واحد نظريتي الاستنتاج وأخذ الأدوار، وحينما نلعب دوراً نحن نقدم في الواقع على سلوك معين، من خلال ذلك نستطيع أن نستنتج حالتنا الداخلية المتصلة بهذا السلوك أو ذاك ونستطيع أن نستخدم تلك الاستنتاجات في القيام بدور شخص آخر.

إن عملية الاستنتاج والدور يشيران باستمرار فهما يعنيان أن الإنسان يكيف نفسه ويستطيع الفرد أن يغير سلوكه ليتوائم مع الظروف والوضع الاجتماعي الذي يجد نفسه فيه وذلك بأن يطور توقعات يقوم بها بأدوار الآخرين باستنتاجات أو بفعل الأمرين.

ثامناً – نظرية الحتمية التكنولوجية:

انطلقت هذه النظرية من أعمال كل من هارولد انيس ومارشال ماكلهون حيث ركزوا على الدور الرئيسي الذي تقوم به وسائل الاتصال من جهة والتكنولوجيا المستعملة في وسيلة الاتصال المسيطرة في كل مرحلة من مراحل التاريخ.

من جهة اعتبر ماكلوهان بأن المواصفات الأساسية لوسيلة الاتصال المسيطرة في فترة زمنية هي التي تؤثر على التفكير وكيفية تنظيم المجتمعات أكثر من مضمون الرسالة الاتصالية من منطلق أن

التحول في تكنولوجيا الاتصال يؤدي إلى التحول في التنظيم الاجتماعي بل في حواس الإنسان التي تصبح الوسائل امتداداً لها، كاميرا العين، الميكروفون للسمع، الحاسبات الآلية للعقل.

وهناك نظريات أخرى أشار إليها بعض الباحثين وعلى رأسهم الأستاذ الدكتور محمد حجاب في كتابه نظريات الاتصال ومن أبرز هذه النظريات ما يلي[1]:

تاسعاً- نظرية تباين الحوافز:

ويميل أصحاب هذه النظرية إلى تفسير السلوك في إطار ما يمكن أن يجنبه الفرد أو يخسره من السلوك وترتكز هذه النظرية على الخيار العقلي للفرد ويرون أن الكل بالنسبة للفرد متساوٍ بطريقة أو بأخرى ولكن الفرد يميل إلى الحد الأقصى للكسب والحد الأدنى للخسارة وتشارك هذه النظرية نظريات التعلم والمعرفة الإدراكية في تكوين إطار الفرد، وهنا يكون للفرد بديلان هما:

١. سلوك الاقتراب.
٢. سلوك التجنب.

حيث يدور الصراع بينهما في الخيار، فالفرد إما أن يقترب بالسلوك فيحقق حداً أعلى من الكسب أو على الأقل حداً أدنى من الخسارة على أساس أن ما يجنيه الفرد من سلوك يتراوح عادة في فئات بين هاتين الفئتين كبدائل للكسب أو الخسارة، وتنطلق هذه النظرية من عدة مداخل هي[2]:

---

1 - نظريات الاتصال، د. محمد حجاب، ص٢٠٨.

2 - مرجع سابق، ص٢٧

المدخل الأول : يركز على الخيار العقلي وذلك على فرض أن الفرد يقوم بالسلوك المزيد بعد حسابات دقيقة.

المدخل الثاني: يركز على إرضاء الحاجات وذلك على أساس أن الفرد يعمل ويتصرف إرضاء لحاجاته ودوافعه.

المدخل الثالث: ويركز على منطق القوة وأن الفرد يستجيب لكل القوى الضاغطة عليه سواء كانت من داخل الفرد أو من البيئة المحيطة به.

وبصفة عامة فإن نظرية صراع الحوافز ترتبط إلى حد بعيد بالتفصيل بين مختلف الاستجابات، وترتبط أسباب السلوك بالوضع الحالي المحيط بالفرد وتهتم بالحالة الداخلية مثل الإدراك والمشاعر السلبية والإيجابية والتوقعات الخاصة ببدائل السلوك، وكذلك المخاوف والآمال ولذلك تظهر أهمية الخبرات السابقة في التأثير على هذه الحالة مما يربط هذه النظريات إلى هذا الجانب بنظريات التعلم.

من جهة أخرى فإن هذه النظرية تعتبر أن المدخل الرئيسي لتحقيق آثار الاتصال تنبع من المدخل الذي يحقق التوافق بين مدخلات ومخرجات الاتصال لكل من المرسل والمستقبل.

وبالنسبة لسلوك الجمهور المتلقي فإنها أكدت على أن العلاقة ما بين المنبه والاستجابة ليست مباشرة في جميع الأحوال، وبالتالي تظهر أهمية العوامل الوسيطة في تقرير السلوك النهائي وأهمية دراسة المؤشرات الظاهرة للسلوك[1].

---

1 - لمزيد من الإطلاع انظر مصدر سابق، ص٢٠٩

عاشراً - نظرية التطهير

انطلقت هذه النظرية على اعتبار أن كثيراً من المجتمعات تتعرض إلى عملية إحباط تقود في الأغلب إلى التورط في السلوك العدواني وأن أفضل الحلول هو طرد هذا السلوك بالتطهير، أي أن مشاهدة الفرد للعنف عبر وسائل الاتصال والإعلام يمكن أن يعطي الفرد مشاركة سلبية في صراع العنف الذي ينطوي عليه البرنامج أو الفيلم المعروض تلفزيونياً، وهذه المشاركة تحقق تطهيراً من الميول العدوانية لدى الفرد أي أن الميول العدوانية يتم السيطرة عليها بوساطة الميكانيزمات النفسية والاجتماعية المشاركة في الخبرات البديلة[1].

الحادي عشر - نظرية التاءات الثلاث:

انطلقت هذه النظرية من أفكار "ميشال لوني" على اعتبار أن الاتصال الإقناعي والتأثير في سلوك الفرد يتم عبر ثلاث مراحل هي[2]:

المرحلة الأولى: التوعية: وتتضمن آليات الإقناع اللساني والتوضيح وتعزيز كل ذلك بالبراهين والأدلة المقنعة التي تنساب إلى عقول المتلقين، ويشترط في كل معلومات المرسل أن تكون بسيطة حتى يتم فهمها وإدراكها كما يشترط فيها عدم التناقض لتنال المصداقية، كما يجب أن تنال الصياغة للرسالة وتحديد محاورها بصورة واضحة حتى تكون أكثر إقناعاً إذ يجب فهمها دون الحاجة إلى بذل جهد زائد من المتلقي، كما ويشترط في التوعية حتى تكون أكثر

1 - مرجع سابق، ص٢١١.

2 - مرجع سابق، ص٢١٢- ٢١٤.

فعالية، الموضوعية وعدم التحيز أو الانطلاق من أفكار ذاتية أو مسبقة في التعامل مع الجمهور والتي يمكن أن تقف في مسار التوعية وتمنع المرسل من الوصول إلى أهدافه.

المرحلة الثانية: وتظهر خاصة في الحملات الإعلامية العامة والدعائية لكنها غير مؤثرة في الاتصال الإعلاني فهي تنص على إدراك أن التوعية لا تلبي الغرض لوحدها فهي تبين مخاطر الموضوع وفوائده لكن التشريع يلعب دوراً إيجابياً في ممارسة نوع من الضغط على المتلقي من أجل مسايرة المرسل فيما يدعو إليه.

المرحلة الثالثة: وهي مرحلة التتبع إذ لا بد للمرسل أن يعرف أين وصل من أهدافه وحسب ما يقول "ميشال لوني" فإن نجاح عملية الإقناع والتأثير المرتبط بالمتابعة والمراقبة للعملية ككل لأن الإنسان بحاجة إلى التذكير والتأكيد باستمرار حتى في أموره اليومية البسيطة، إن عملية المتابعة على عكس المرحلة السابقة نجد مكانها في الاتصال الإعلاني فهي تمكن المرسل من مواصلة بث رسائله أو إلغائها واستبدالها بأخرى.

الثاني عشر – نظريات الإعلام وبناء المجتمع الاجتماعي:

انبثقت هذه النظريات من واقع النظريات الاجتماعية ففي بداية القرن الماضي تم إرساء قواعد اللغة الذي يبحث في تركيب المفردات والمعاني وفي منتصف ذلك القرن ظهر علم الإنسان "الانثروبولجي" الذي يبحث في تاريخه الإنسان من العظام القديمة وآثار الحضارات العظمى إلى الثقافات البدائية التي ما تزال ماثلة لغاية الآن وقد تم تكريس أحد افرع

علم الإنسان لفهم كيف تكون اللغة لدى مختلف الشعوب تجاربها الذاتية عن البيئة المادية والاجتماعية لدى أفرادها، وانعكس ذلك في نظرية النسبية الثقافية في بناء المعنى بعد أن جرى انشطار كبير ما بين علم الاجتماع والفلسفة في أوائل القرن الماضي ولاحقاً توصل علماء النفس رغم المقاومة التي واجهتهم لكيفية حصول الفرد على المعاني وظهر ذلك في أبحاث علم النفس الاجتماعي من خلال نظريات التوقعات الاجتماعية ونظرية الخطة لبناء الواقع وغيرها من النظريات، ومن أبرز هذه النظريات ما يلي[1]:

أولاً: نظرية الدلالة اللغوية وبناء الواقع الاجتماعي: خلال القرن التاسع عشر برزت العلاقة ما بين تركيب اللغة وطريقة استخدام الناس لهذه اللغة لإثارة المعاني في داخلهم، وعلى ضوء ذلك أجريت دراسات مسحية لمختلف اللغات الحية حتى يمكن فهم الأسس التي انطلقت منها نقل المعاني عن طريق الأصوات والكلمات حيث بدأ علماء اللغة بإجراء دراسات مقارنة للغات ومحاولة قراءة اللغات القديمة وبذلك أصبح علم اللغات نظاماً معقداً لا يهتم فقط بجذور اللغات المعاصرة في مختلف أنحاء العالم ولكن بتنظيمها ونماذج التغيير فيها وصفاتها المقارنة.

ومن هنا فإن علم اللغات يتألف اليوم من ثلاثة ميادين:

1. علم دراسة الأصوات التي تستخدم لتركيب الكلمات.

---

1 - نظريات الاتصال، د. محمد حجاب، ص٢٢٧- ٢٢١.

٢. يهتم بأسلوب أو بأساليب تركيب الجمل لنقل معاني أكثر مما تحمله معاني كل كلمة بمفردها.

٣. ميدان تطور الدلالات أو الارتباط بين الكلمات والرموز الأخرى وما تشير إليه من معان.

ومن جهة أخرى وبينما كانت خصائص علم دلالات الألفاظ تتطور بدأ بعض المتحمسين يعتقدون أن الكثير من شرور العالم سببها إثارة النوع الخاطئ من المعاني عند الآخرين بواسطة أشخاص يحاولون خداع أصوات الناخبين أو جمهور المستهلكين وقد نما علم تطور الدلالات العام على أيدي المصلحين اللغويين حيث تعهدوا بالحد من مثل هذه الممارسات الخاطئة.

وتتأكد أهمية نظرية الدلالة اللغوية في الاستخدامات الإعلامية المعاصرة وما تضفيه الكلمات من معاني ودلالات مقصودة وغير مقصودة ومباشرة وغير مباشرة.

ثانياً: نظرية النسبية الثقافية في بناء المعاني: انبثقت هذه النظرية من دراسات "إدوارد سابير" وهو من العلماء الرواد في دراسات اللغة والثقافة فقد أجرى دراسات حول اللغات التي كانت تستخدم من قبل الهنود الحمر الأمريكيين في القرن الماضي وبعد ذلك وسع أبحاثه لتشمل معظم اللغات السائدة في العالم القديمة والمعاصرة.

وخلال العقدين من القرن الماضي توصلت دراسات "سابير" إلى إدراك أن لغات الجماعات لا تختلف فقط عن بعضها بعضاً بل إن فهم الجماعة للعوالم المادية والاجتماعية حولهم يختلف أيضاً من جماعة لأخرى، ومن هنا فإن مرتكزات نظرية سابير انبثقت من ما يلي:

١. ان اللغة دليل للواقع الاجتماعي، أي ان البشر لا يعيشون في عالم موضوعي فقط ولا في عالم النشاط الاجتماعي كما هو المفهوم المتعارف عليه، لكنهم يعيشون تحت رحمة اللغة الخاصة بهم والتي اصبحت الوسيط للتعبير عن مجتمعهم، ومن هنا فإنه من الوهم تصور إن الإنسان يتكيف مع الواقع بدون استخدام اللغة أو ان اللغة مجرد وسيلة لحل مشكلات معينة تتعلق بالاتصال والتفكير.

٢. ان الحقيقة تنشق من أن العالم الحقيقي هو إلى حد كبير يبني بطريقة لاشعورية على أساس عادات الجماعة في استخدام اللغة من منطلق ان لا توجد لغتان متشابهتان بدرجة تكفي لاعتبارهما يمثلان نفس الواقع الاجتماعي.

٣. نظرية التفاعلية الرمزية: جاءت هذه النظرية من منطلق أن مبدأ ارتباط العادات اللغوية بسلوك الناس وفق نظريات علم الاجتماع كطريقة لتحليل كيف يكتب الناس تحديدات مشتركة لمعاني الأشياء بما في ذلك قواعد الحياة الاجتماعية وذلك بالتفاعل مع الآخرين عن طريق اللغة أو من خلال تبادل التفاعل الرمزي كما يقول أو كما ينحاز علماء الاجتماع.

ومن ناحية اخرى وفي ذات السياق فإن هناك مساران اثنان حول فكرة تبادل التفاعل الاجتماعي والمعاني المشتركة كأساس للتفكير الفردي للعالم الموضوعي.

ومن هنا فقد تبنى المسار الأول عالم الاجتماع تشارلز هورتن كولي الذي رأى أن الناس يستطيعون الانتساب إلى بعضهم بعضاً ليس على أساس صفاتهم الموضوعية كما هي موجودة في الواقع ولكن من

خلال الانطباعات التي يطلقها كل منهم لدى الآخرين من خلال عملية التفاعل فيما بينهم وأطلق "كولي" على هذه الانطباعات الأفكار الشخصية وتنطلق هذه الانطباعات على اعتبار أننا نكون فكرة شخصية عن كل فرد وبالتالي تصبح الفكرة الشخصية عبارة عن بناء للمعنى أي مجموعة من الصفات التي نتخيلها ونسقطها على كل من أصدقائنا ومعارفنا كتفسير كشخصياتهم الواقعية كقاعدة للتنبؤ بسلوكهم والتنبؤ بسلوك الآخرين الذين يبدون مشابهين لهم.

المسار الثاني: وقد تبناه العالم جورج هربرت ميد الذي توصل إلى أن القدرة على الاتصال بالآخرين تعتبر مفتاحاً لأفكار الفرد، وأشار إلى أنه لكي ننتسب للآخرين فإن علينا أن نلعب أدوارهم بمعنى يجب أن نتعلم متطلبات القيام بجميع الأدوار المحددة في جماعة ثم تستخدم هذه المفاهيم لتوقع كيف يستجيب الآخرون في أدوار معينة لتصرفاتنا.

جدلية العلاقة بين مصطلح الاتصال والإعلام

خلال العرض السابق لنظرية الاتصال من التعاريف إلى الأهداف إلى أن وصلنا إلى طبيعة النظريات الاتصالية واجهتنا أزمة مصطلح الاتصال والإعلام فكثير من الباحثين بل ومن أساتذة الجامعات يخلطون ما بين مصطلح الاتصال والإعلام فتارة ينحازون إلى مصطلح الاتصال وتارة إلى مصطلح الإعلام ولذلك لا بد وأن نضع النقاط على الحروف في هذا الكتاب الذي يجب أن يؤكد على أصالة كل مصطلح من هذين المصطلحين.

فقد اعتبر د. فاروق أبو زيد أن الاتصال هو عملية نقل الأفكار والمعلومات والآراء داخل مجتمع معين بينما الإعلام هو المنتج الإعلامي أي الأنباء والبيانات والآراء والأفكار وسائر مضامين ومخرجات وسائل الاتصال أو الإعلام أنهما متقاربان في الشكل ومتباعدان في المعنى، ومع ذلك فإن الشواهد التاريخية تؤكد أن الفرد كعضو في جماعة يستقبل الرموز والصور والأنباء والمعلومات والأفكار وسائر الرسائل وينقلها إلى غيرها من الأفراد عبر الإعلام المباشر الذي يأخذ شكل الاتصال الشخصي بحيث يأخذ أحياناً شكل الاتصال الجمعي والنوع الثاني عن طريق وسائل الاتصال الجماهيري كالنشرات والكتب والإذاعة والتلفزيون والهاتف النقال والحاسوب والأقمار الصناعية[1].

من جهة اعتبر د. محمد حجاب أن الإعلام هو فرع من فروع الاتصال فالأخير أعم وأشمل ومن هذا المنطلق فقد عرف الإعلام بأنه تلك العملية الإعلامية التي تبدأ بمعرفة الخبر الصحفي بمعلومات ذات أهمية، أي معلومات جديرة بالنشر والنقل ثم تتولى مراحلها على النحو التالي[2]:

1. تجميع المعلومات من مصادرها ثم نقلها.
2. التعاطي مع المعلومات وتحريرها.
3. العمل على نشرها وإطلاقها أو إرسالها عبر صحيفة أو وكالة أو إذاعة أو محطة تلفزيون إلى طرف معني بها وهتم بوثائقها.

إذن لا بد من وجود جهة ما تهتم بالمعلومات فيمنحها أهمية على أهميتها وبذلك يكون الإعلام عن تلك العملية الإعلامية التي تتم بين

---

1 - لمزيد من الإطلاع لنظر الإعلام والسلطة، د. فاروق أبو زيد، ص٢١- ٢٥

2 - نظريات الاتصال، د. محمد حجاب، ص٢٨.

ميدان نشرها أو بثها، وبهذا فإن كلمة إعلام كما عرفها الدكتور إبراهيم إمام بأنها إدلاء من جانب واحد لا يعرف التفاعل والمشاركة[1].

أما الاتصال ضمن خلال العرض السابق لكتابنا هذا فهو أشمل من مفهوم الاتصال بل إنه هو الأب الحقيقي للإعلام فالاتصال له أبناء والإعلام هو أحد الأبناء أو أبرز الأذرع والأدوات للاتصال أي أن الإعلام يقع ضمن داخل دائرة الاتصال.

ترى ما السبب في عملية الخلط والتشابك الناعم ما بين الاتصال والإعلام.

فالأبحاث الاتصالية الفرنسية اعتبرت أن الإعلام هو مصطلح مرادف للاتصال حيث ترى فيه من الشمول والدقة ولذلك تستخدم الأبحاث الاتصالية والإعلامية.

بينما الأبحاث الاتصالية الأمريكية اعتبرت أن الإعلام هو الاتصال بالجماهير وتعتبره فناً قائماً بذاته يدرس في معظم الجامعات والكليات الأمريكية.

من جهة اعتبر الخبير الاتصالي والإعلامي د. أحمد بدر وغيره من العلماء الاتصاليين أن الاتصال هو الإعلام وكذلك العكس الإعلام هو الاتصال واعتبر أن إذا ذكر الإعلام فهو يعني الاتصال وكذلك العكس صحيح أي أن المعنى من وجهة نظر واحدة لو اختلف اللفظ بينما انحاز الفكر الاتصالي إبراهيم إمام إلى عدم الخلط ما بين المصطلحين فالاتصال من وجهة نظره يعني التفاعل والمشاركة أما الإعلام فهو الأداء من جانب واحد لا يعرف التفاعل والمشاركة.

كما واعتبر أشهر الباحثين والأكاديميين العرب في حقل الاتصال والإعلام د. سمير محمد حسين قائلاً: "حين ضمن الإعلام أنشطة عملية

---

1 - مرجع سابق، ص٢٨.

الاتصال* بالمقابل فقد عرف الاتصال بأنه العملية الرئيسة التي يمكن أن تنطوي بداخلها عمليات فرعية أو أوجه نشاط متنوعة قد تختلف من حيث أهدافها ولكنها تتفق جميعاً فيما بينها في أنها عمليات اتصال بالجماهير، ومن هذه العمليات الإعلام والدعاية والإعلان والعلاقات العامة[1].

فيما جاء تعريف الدكتور علياء حسين للاتصال بأنه الظاهرة النفسية الاجتماعية العامة، في الإعلام هو أسلوب من أساليب تلك الظاهرة والذي يهتم بالأخبار الموضوعية والصادقة بالحوادث والمعلومات على مستوى الجماهير الغفيرة، ولعرض الأخبار أو التثقيف أو التعليم والتنشئة للجماهير العريضة.

ومن هنا فإنني أميل للفصل ما بين الاتصال والإعلام بل أدعو إلى فك الاشتباك والخروج من دائرة التراشق والتبعية لمصطلح على حساب الآخر من منطلق أن الاتصال عملية مستمرة لا تتوقف إلا بتوقف الحياة بينما الإعلام فهو فرع من أصول الاتصال وهو معني بالأخبار وإيصال الأخبار والتقارير للجماهير عن طريق وسائل الاتصال الجماهيري حيث تتم هذه العملية من خلال مراحل متعددة تبدأ من الانتقاء والاختيار الملائمة والتقطيب والحذف والمونتاج والتشكيل والتلوين أي تحويل المادة الخام إلى مادة مطبوخة وجاهزة وطازجة بين يدي الجمهور الداخلي والخارجي.

إن مبدأ الفصل ما بين الاتصال والإعلام هو مبدأ أصل الفكر الاتصالي الغربي حيث ساد هذا المبدأ في الأبحاث الغربية وخاصة مع

---

1 - نظريات الاتصال، د. محمد حجاب، ص٣٩.

انطلاقة هذه الأبحاث في العشرينات من القرن الماضي وقبل أن تظهر وسائل الاتصال الجماهيرية بصورة كبيرة والتي ساعد على ظهورها وانتشارها بصورة سريعة على عملية الخلط فيما بعد، ويلاحظ ذلك من خلال تناول أشهر المفكرين والعلماء في حقل الاتصال فها هو ولبير شرام يعرف الاتصال بأنه تبادل للأفكار والمعلومات من فرد لآخر ومن جماعة لأخرى فمادته هي المعلومات والأفكار وأدواته هي اللغة والكلمات، أما مصطلح الإعلام فعرفه بنشر الأخبار والأفكار، فالإعلام يعتمد على الاتصال فإذا لم يحدث الاتصال لا يكون هناك إعلام وبذلك انحاز ولبير شرام إلى الخلط ما بين الاتصال والإعلام فهما من وجهة نظره وجهان لعملة واحدة بينما الاختلاف يكون في العناصر المكونة لكل منهما"[1].

في الختام نقول إن الخلط ما بين المصطلحين لا يخدم علم الاتصال ولا علم الإعلام فكلاهما علمان مستقلان لكنهما متداخلان في بعض الجوانب ومختلفان في من حيث لدور ولوظيفة، وفي هذا الصدد يسعفنا الدكتور محمود كامل فيقول بأن أسباب الخلط ما بينهما تعود إلى البدايات الأولى لنشر الأنباء والأخبار أي الإعلام على اعتبار أنها كانت وما زالت وسيلة هامة من وسائل النشر وإذاعة الجديد من الأخبار والتقارير والأنباء من حيث التطور الذي وصلت إليه ولذلك فإن هذا الخلط جاء من الغرب نفسه حيث تشير المصادر إلى أن الغرب وعلماء الاتصال الغربيين يستخدمون مصطلح New media أي وسائل الأخبار ويعنون بها

---

1 - نظريات الاتصال، د. محمد حجاب، ص٤٠.

وسائل الاتصال الجماهيرية أي الصحافة المكتوبة والمسموعة والمرئية ولحقتها الآن الصحافة الإلكترونية

ومن هنا فإنني اعتبر أن الإعلام علماً قائماً بذاته من حيث منهجه ونظرياته وكذلك الاتصال له تعريفاته وله نظرياته وله مناهجه الخاصة به وعليه جاء هذا الكتاب ليؤكد على مبدأ الفصل لكنني تورطت في بعض الأحيان بالخلط وهذا الخلط مرده كما يقول شرام إلى الخلط بالوظائف وليس خلط بالمفهوم والتركيب العضوي لكل من الاتصال والإعلام لذا جاء هذا الكتاب لينحاز إلى مبدأ الفصل التام ما بين علم الاتصال والإعلام باعتبار أن نظريات الاتصال لها منهجية عن نظريات الإعلام ولذلك فإن الكتاب القادم الذي سأقوم بإعداده هو نظريات الإعلام ليكون لكل من الاتصال والإعلام له مفاهيمه وتعريفاته وعملياته ونظرياته الخاصة به



المصادر والمراجع

المصادر والمراجع

١. القرآن الكريم.

٢. معجم لسان العرب، للفيروز أبادي.

٣. معجم مختار الصحاح، الشيخ محمد عبد القادر الرازي، دققه عصام فارس الحساني، الطبعة العاشرة، دار عمار ١٩٩٦.

٤. المعجم الإعلامي، د. محمد جمال الفار، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٦.

٥. مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، بسام المشاقبة، دار أسامة، ٢٠٠٩.

٦. بحوث الإعلام، د. سمير محمد حسين، الدار المصرية، ١٩٩٥.

٧. ثورة الصورة والمشهد الإعلامي وفضاء الواقع، مجموعة من الباحثين، مركز دراسات الوحدة العربية.

٨. سيكولوجيا الاتصال والعلاقات الإنسانية، ندوة أقامتها دار النهار للنشر والتوزيع، ١٩٧٩.

٩. الاتصال بالجماهير والدعاية والإعلام، د. أحمد بدر، الكويت.

١٠. الإعلام والسلطة، د. فارق أبو زيد، دار عالم الكتب، ٢٠٠٤.

١١. نظريات الإعلام، د. حسين مكاوي، الدار العربية، ٢٠٠٩.

١٢. نظريات الاتصال، كتاب إلكتروني بلا مؤلف على شبكة الانترنت.

١٣. تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، د. مجد الهاشمي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤.

١٤. الأسس العلمية لنظريات الإعلام، د. جيهان رشتي، دار الفكر، ١٩٧٩.

١٥. اللغة الصامتة، إدوارد هال.

١٦. نظريات الإعلام والاتجاهات والتأثير، د. محمد عبد الحميد، ٢٠٠١

١٧. نظريات الاتصال، د. محمد حجاب، دار الفجر، ٢٠١٠.

١٨. الاتصال ومفاهيمه ونظرياته، د. فضيل دليو.

١٩. مهارات الاتصال، د. صالح أبو إصبع، منشورات جامعة البتراء.

٢٠. الرأي العام المعاصر، البيج وليم.

٢١. الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي، د. إبراهيم أبو عرقوب، دار مجدلاوي للنشر، ١٩٩٣.

٢٢. الإعلام والرأي العام، هربرت بليمر، ولبير شرام.

٢٣. نماذج الاتصال في العلوم الاجتماعية، كارل دويتش.

٢٤. عملية الاتصال، ديفيد بيرلو.

٢٥. اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر، د. حسين عبد الجبار، دار أسامة، ٢٠٠٨.

٢٦. نظريات الاتصال، د. علي عجوة وآخرون.

٢٧. النموذج العام للاتصال، جيربنر.

٢٨. وسائل الاتصال، سيرنيو مورنين.

٢٩. الاتصال الجماهيري المتطور، هادي نعمان الهيتي، الشؤون العراقية، بغداد، ١٩٩٨.

٣٠. الاتصال الجماهيري في المجتمع الحديث، سامية محمد جابر ومحمد عاطف غيث، دار المعرفة الجامعية، ١٩٨٤.

٢١. مدخل في الاتصال الجماهيري، جون بيتز، الدار العربية للدراسات، بيروت، ١٩٨٧.

٢٢. أصول البحث العلمي، د. أحمد بدر، الطبعة الخامسة، ١٩٨٥.

٢٣. حرية الفكر وأبطالها في التاريخ، سلامة موسى، دار التنوير.

٢٤. الإعلام السياسي والإخباري، هيثم الهيتي، دار أسامة، ٢٠٠٥.

٢٥. الإعلام وحرية المجتمع في موكب التاريخ، محمود متولي ولطفي عبد القادر، مكتبة نهضة مصر، ١٩٨٧.

٢٦. نظريات الاتصال، د. زكي الجابر.

٢٧. الاتصالات الإنسانية والنفسية والشخصية، فرتيز هيدر.

٢٨. نظريات وسائل الإعلام، ملفين ل. ديفلير، وسندرال روكيش، ترجمة عبد الرؤوف الدار الدولية للتوزيع، القاهرة، ١٩٩٤.

٢٩. الإعلام السياسي والإسلامي، مؤسسة الرسالة، موسى الكيلاني، ١٩٨٥.

٤٠. المتلاعبون بالعقول، هربرت شيلر، ترجمة عبد السلام رضوان، سلسلة عالم المعرفة.

٤١. الصحافة اليومية والإعلام، سامي ذبيان، دار المسيرة، ١٩٨٠.

٤٢. النظام الإعلامي الجديد، بشير البرغوثي، يعقوب خالد البهبهاني، ٢٠٠٣.

٤٣. المدخل إلى وسائل الإعلام، د. عبد العزيز شرف، دار الكتاب المصري واللبناني، ١٩٨٠.

٤٤. الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، الدار اللبنانية المصرية، أعمال المؤتمر العلمي الأول، ٢٠٠٥.

٤٥. أخلاقيات العمل الإعلامي، د. حسن مكاوي، الدار اللبنانية المصرية، ٢٠٠٦.

٤٦. وسائل الإعلام، وارن اجي وآخرون، ترجمة ميشيل تكلاف، مكتبة العربي، ١٩٨٢.

٤٧. الإعلام الدبلوماسي والسياسي، د. مجد الهاشمي، دار أسامة، ٢٠٠٨.

٤٨. إدارة الإعلام، د. فهمي العدوي، دار أسامة، ٢٠٠٩.

٤٩. الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، د. الصادق رابح، دار الكتاب الجامعي.

٥٠. الإعلام مفهومه وأساليبه، د. يوسف محي الدين أبو هلالة، دار الرسالة، ١٩٨٦.

٥١. حق الاتصال في النظام العالمي الجديد، أبحاث ودراسات حول الندوة العربية المنعقدة في بغداد، ١٩٨١.

٥٢. علم الاتصال بالجماهير، د. فلاح كاظم، المحنة مؤسسة الوراق الدولية، ٢٠٠١.

٥٣. الإعلام السياسي والرأي العام، د. عزيزة عبده، دار الفجر للنشر والتوزيع، [illegible]

[illegible] د. عبد اللطيف حمزة، ١٩٧٨.

[illegible] اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام، د. [illegible]

٥٦. نظريات الإعلام، [illegible] بال روكاخ، ترجمة محمد ناجي جوهر، دار أمل للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠.

٥٧ قضايا الاتصال والإعلام في الأردن، ندوة نظمتها مؤسسة عبد الحميد شومان، ٢٠٠٧، دار المؤسسة العربية.

٥٨ الاتصال والإعلام في العالم العربي، د. راسم الجمال، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٦.

٥٩ الإعلام والرأي العام، دانيل كاتز وآخرون، ترجمة د. محمود كامل المحامي، الجمعية المصرية لنقل المعرفة والثقافة العالمية، ١٩٨٢.

٦٠ مقدمة في علم الاتصال، د. سهيل عارف الحردي، مكتبة الإمارات، ١٩٨٥.

٦١ مجلة الدراسات الإعلامية، عدد٨٧، ١٩٩٧.



ISBN 9789957223762





دار أسامة

دار أسامة للنشر والتوزيع

الأردن - عمان